arhitectura RPR

1 1962

Miorita

Floraria Codlea

Incaltaminte

Romarta

Turnatorie

mezeluri

modern

Cafea

1 1962

ORGAN AL UNIUNII ARHITECȚILOR DIN R.P.R. ȘI AL COMITETULUI DE STAT PENTRU CONSTRUCȚII, ARHITECTURĂ ȘI SISTEMATIZARE

UNITĂȚI COMERCIALE

	● EDITORIAL	1
	● PREZENTARE	
	UNITĂȚI COMERCIALE	4
Arh. I. Șerban	MAGAZINELE — IERI, AZI, MÎINE	6
Gh. Teodoraşcu, arh. Al. Constantinescu	— PROBLEME ACTUALE ALE PROIECTĂRII ȘI REALIZĂRII UNITĂȚILOR COMERCIALE	9
Ing. Al. Băilescu	ILUMINATUL ARTIFICIAL AL MAGAZINELOR	14
	● REALIZĂRI	
Arh. S. Harutunian	COFETĂRIA-BRASERIE « UNION »	16
Arh. D. Dîrzu	CAFE-BAR « UNIC »	19
Arh. P. Carp	BARUL « CONTINENTAL »	20
Arh. M. Dima	AMENAJAREA RESTAURANTULUI « CIȘMIGIU »	21
Arh. L. Garcia	RESTAURANT CU AUTOSERVIRE ÎN PIAȚA SĂLII PALATULUI R. P. R.	23
Arh. V. Nițulescu	COFETĂRIA « SCALA »	24
	COFETĂRIE ÎN PIAȚA GĂRII DE NORD	26
Arh. V. Agent	BRASERIE ÎN ANSAMBLUL CIRCULUI DE STAT	27
Arh. P. Focșa	MAGAZIN DE LACTATE, BRÎNZETURI ȘI MEZELURI	28
Arh. R. Cosmatu	MAGAZINUL ALIMENTAR CU AUTOSERVIRE « UNIC »	29
Arh. A. Tofan	MAGAZINUL ALIMENTAR CU AUTOSERVIRE « BITOLIA »	30
Arh. A. Șerbescu	MAGAZINUL « MODERN » CU AUTOSERVIRE	31
Arh. Carmen Popescu	MAGAZIN DE GALANTERIE PENTRU FEMEI PE B-DUL MAGHERU	32
Arh. P. Focșa	MAGAZIN GENERAL TEXTIL PE CALEA RAHOVEI	33
Arh. Margareta Pinchis	MAGAZIN DE ÎNCĂLȚĂMINTE PE STR. SCHITU MĂGUREANU	34
Arh. J. Koffler	UN MAGAZIN DE PREZENTARE A PRODUSELOR DIN MATERIAL PLASTIC	35
Arh. Mihai Enescu	MAGAZINUL DE PREZENTARE AL « FONDULUI PLASTIC »	36
Arh. A. Köntza	MAGAZINUL COPIILOR	38
Arh. R. Ghelman	MAGAZINUL DE MUZICĂ « MELODIA »	40
Arh. L. Medilanschi	FARMACIE PE B-DUL MAGHERU	41
Arh. G. Mularidis	FARMACIE PE B-DUL DUCA	42
Arh. Margareta Pinchis	MAGAZIN DE OPTICĂ MEDICALĂ PE CALEA VICTORIEI	43
Arh. V. Agent	FLORĂRIE ÎN ANSAMBLUL CIRCULUI DE STAT	44
Arh. Sofia Ungureanu	FLORĂRIE ÎN PIAȚA MIHAIL EMINESCU	45
	● MOBILIER	
Arh. R. Voll	MOBILIERUL NOILOR MAGAZINE	46
Arh. Mihai Enescu	EXPOZIȚIA DE MOBILĂ A MINISTERULUI ECONOMIEI FORESTIERE	48
	● DISCUȚII	
	DISCUȚIE DE CREAȚIE LA UNIUNEA ARHITECȚILOR ASUPRA PROIECTĂRII MAGAZINELOR	51
	● CRONICA	
BIBLIOGRAFIE (UNITĂȚI COMERCIALE)		52
RECENZII		54
MONUMENTE ISTORICE		55
TEHNICĂ—EXPOZIȚII		56
DE PESTE HOTARE		58
DIN ACTIVITATEA UNIUNII ARHITECȚILOR		60

COLEGIUL DE REDACȚIE:

CONF. ARH. M. ALIFANTI, ARH. M. BERCOVICI, ARH. M. CAFFÉ, PROF. ARH. M. LOCAR, ING. A. LUPESCU, ARH. M. MELICSON (REDACTOR ȘEF), ARH. C. MOȘINSCHI, ARH. GH. PAVLU, CONF. ARH. G. PETRAȘCU

Redacția și administrația: București. Raionul «30 Decembrie» Str. Episcopiei, nr. 9. Telefon; Redacția: 13.98.80 Administrația: 16.49.14 Abonamentele se fac numai la administrația revistei. Tiparul: Intreprinderea poligrafică nr. 4. București.

E 1689

arhitectura RPR

ANUL X Nr. 1 (74) 1962

MŰSZAKI KÖNYVTÁR·ORSZÁGOS· 1883

Ne găsim la începutul celui de al treilea an al planului şesenal de dezvoltare a economiei naţionale, care va deschide o nouă pagină de realizări importante în opera de desăvîrşire a construcţiei socialismului în ţara noastră.

Este un prilej bine venit pentru a face unele consideraţii asupra activităţii noastre din anii ce au trecut şi să întrezărim perspectivele care se deschid în faţa noastră.

Înfăptuirea cu succes a marilor sarcini trasate de cel de al III-lea Congres al P.M.R. confirmă în mod strălucit justeţea politicii partidului şi forţa lui mobilizatoare în opera de industrializare socialistă a ţării.

În cadrul efortului general al oamenilor muncii din ţara noastră, arhitecţii, alături de ceilalţi lucrători din construcţii au înregistrat de asemenea însemnate succese, menite să asigure construcţiile necesare producţiei în continuă dezvoltare, îmbunătăţirea condiţiilor de locuit şi ridicarea nivelului de viaţă al oamenilor muncii. În cei doi ani care s-au scurs de la începerea şesenalului s-au realizat peste 71 000 de apartamente din fondurile statului în oraşe, numeroase construcţii industriale şi clădiri social-culturale.

În viitorul apropiat, volumul investiţiilor va creşte simţitor în domeniul construcţiilor civile şi industriale, în conformitate cu directivele Congresului al III-lea al P.M.R.

★

Pentru îndeplinirea sarcinilor însemnate în domeniul construcţiilor, arhitecţii au un rol important; elaborînd pe baza unor studii temeinice proiectele construcţiilor şi coordonînd activitatea colaboratorilor de specialitate, arhitecţii trebuie să asigure concordanţa deplină a funcţiunilor clădirii cu necesităţile care le generează, aspectul plăcut şi economia de mijloace, să urmărească execuţia de bună calitate. Un asemenea rol îl poate îndeplini numai arhitectul cu o bună pregătire multilaterală. Arhitectul zilelor noastre trebuie să fie un element activ, capabil să stăpînească mijloacele tehnice şi artistice specifice arhitecturii, un bun cunoscător al procesului complex de producţie şi de viaţă care se desfăşoară în lucrările arhitecturale realizate. În acest scop este necesară desăvîrşirea continuă a pregătirii profesionale şi ideologice a arhitectului, cunoaşterea problemelor concrete ale noului proces de viaţă pe care-l trăieşte poporul nostru muncitor în condiţiile socialismului, identificarea sa cu ţelurile şi lupta poporului.

În proiectele lor, arhitecţii întruchipează procesul de producţie şi de viaţă în forme concrete, în soluţii funcţionale, folosind mijloacele tehnice şi estetice cele mai adecvate. Asigurarea desfăşurării acestui proces de viaţă şi de producţie prin cele mai corespunzătoare mijloace tehnice şi estetice — aceasta constituie sarcina principală a arhitecţilor.

Se poate afirma că în ultimii ani, orientaţi de către partid înspre rezolvarea sarcinilor lor principale arhitecţii, împreună cu ceilalţi constructori, au obţinut succese importante în domeniul realizării construcţiilor civile şi industriale, precum şi în sistematizarea oraşelor din ţara noastră. În acest sens se pot cita ca exemple locuinţele noului ansamblu din piaţa Palatului R.P.R., locuinţele de pe calea Griviţei din Bucureşti, locuinţele din Braşov şi alte oraşe, în care s-au asigurat locatarilor condiţii de locuit confortabile; microraionul în curs de realizare în cartierul Ţiglina-Galaţi, care asigură deservirea social-culturală a locatarilor; ansamblurile de odihnă confortabile şi plăcute de pe litoral; ansamblurile de cămine studenţeşti de la Bucureşti şi Cluj; importantele construcţii unicate ca sala Palatului R.P.R., Circul de stat şi pavilionul Expoziţiei economiei naţionale, precum şi numeroase alte construcţii şi ansambluri.

Exemple asemănătoare pot fi citate și în domeniul construcțiilor industriale: laminorul bluming de la Hunedoara, laminorul de la Roman, fabrica de plăci aglomerate de la Brăila, fabrica de produse lactate din București etc.

Aceleași lucruri se pot afirma și despre activitatea de sistematizare. Schițele de sistematizare ale unor orașe (Constanța, Brașov, București etc.), aflate în faza de elaborare sau definitivare, cuprind soluționări pe baza cărora orașele se transformă în orașe de tip socialist, corespunzătoare noului mod socialist de viață a poporului nostru muncitor.

Arhitecții și ceilalți specialiști care au contribuit la aceste realizări și-au îndeplinit deci în mod satisfăcător rolul lor, au dat cea mai mare atenție, în primul rînd, destinației sociale a construcțiilor respective și folosirii mijloacelor cele mai adecvate.

Totuși, în activitatea unor arhitecți se manifestă încă unele lipsuri, care dovedesc că ei nu-și îndeplinesc pe deplin menirea lor. Astfel, unele locuințe prezintă încă anumite lipsuri în rezolvarea lor funcțională, lipsuri care duc la scăderea confortului locatarilor respectivi. În domeniul construcțiilor industriale mai sînt cazuri cînd arhitecții, în loc să se preocupe de organizarea spațiului necesar producției, sînt folosiți la proiectarea anexelor administrativ-sociale și la desenarea fațadelor; în același timp, așa cum au constatat și organele de avizare, proiectele ansamblurilor industriale respective se caracterizează prin volume mari și costisitoare cu nimic justificate.

Mai sînt încă multe de făcut pentru ca arhitectul să cunoască bine procesul de viață și de producție, acesta fiind scopul principal și conținutul activității sale.

Tot așa trebuie semnalate și lipsurile în privința mînuirii de către arhitect a mijloacelor de realizare, mai ales în ceea ce privește cunoașterea și folosirea mijloacelor tehnicii avansate.

Arhitectul nu-și va putea îndeplini misiunea, dacă nu se va orienta în mod hotărît spre însușirea cît mai completă a tehnicii, pentru a fi un inițiator și un factor mobilizator în introducerea tehnicii noi în construcții.

★

Un prim domeniu important al activității creatoare a arhitecților îl constituie proiectarea de **urbanism**.

Creșterea continuă a volumului construcțiilor de masă, menite să satisfacă într-o măsură cît mai mare cazarea și deservirea cultural-socială a oamenilor muncii, pune în fața arhitecților sarcini noi și complexe.

Realizarea unui volum însemnat de construcții în orașele noastre, dezvoltarea construcțiilor industriale în aceste orașe, se pot face judicios numai în mod planificat, în conformitate cu principiile sistematizării. În acest scop, în ultimii ani s-a întocmit un număr însemnat de schițe de sistematizare pentru cea mai mare parte a orașelor țării noastre. Se poate afirma că toate orașele în care apare o dezvoltare însemnată a forțelor de producție au proiecte sau schițe de sistematizare elaborate în diverse faze de proiectare. De asemenea, în ultimii doi-trei ani s-au întocmit noi schițe de sistematizare și s-au reactualizat schițele de sistematizare mai vechi pentru aproape toate orașele importante și centrele muncitorești.

Numeroase schițe și proiecte rezolvă în general în mod judicios problemele funcționale și tehnice ale orașelor. La baza lor stau prevederile de dezvoltare a forțelor de producție conținute în Directivele Congresului al III-lea al P.M.R., concretizate în planul șesenal și în programul de dezvoltare a economiei naționale în etapa de perspectivă. Apariția acestor date a constituit un mare ajutor pentru proiectarea urbanistică, fixîndu-se pentru prima dată în țara noastră parametri pentru o etapă de perspectivă, elaborați pe baza unei concepții științifice unitare.

Astfel, s-au întocmit schițe de sistematizare pentru orașele Ploiești, Iași, Cluj, Bacău, Baia Mare, Brașov, Onești, Tg. Mureș, Hunedoara, Pitești, Timișoara, Constanța, Suceava și multe altele, în care se poate observa o concepție judicioasă pentru dezvoltarea acestor orașe care să stea la baza realizării investițiilor concrete în construcții civile și industriale precum și pentru proiectarea lucrărilor edilitare și instalațiilor tehnice aferente. De asemenea, este în curs elaborarea schiței de sistematizare a capitalei, iar pentru orașul Galați — care va cunoaște o puternică dezvoltare datorită construirii celui mai mare combinat siderurgic din țara noastră — s-au fixat principiile de sistematizare și etapizare a lucrărilor de reconstrucție.

O mare însemnătate o are faptul că în cele mai multe din noile schițe de sistematizare proiectanții au încercat să aplice principiul unităților structurale, potrivit căruia se face o clasificare riguroasă a arterelor de circulație după importanța traficului și se asigură o deservire unitară și completă a locuitorilor pe diferite trepte: unitate de locuit, microraion, cartier și oraș. De asemenea, în majoritatea orașelor, pe baza acestor planuri, sînt în curs de realizare importante ansambluri centrale, menite să schimbe înfățișarea multor orașe.

Cu toate aceste realizări este necesar să se arate unele deficiențe caracteristice schițelor de sistematizare ale orașelor. În cadrul schițelor de sistematizare, zonele industriale sînt tratate sumar, indicîndu-se de cele mai multe ori doar perimetrul acestora, fără a avea la bază un studiu, chiar sumar, al modului de organizare a acestor zone. Nu se studiază suficient de temeinic modul de cooperare între zonele industriale și oraș, pentru utilizarea în comun a unor lucrări edilitare și în special a rețelelor termoenergetice. De asemenea, în aceste schițe de sistematizare mai rămîn uneori nerezolvate unele probleme de circulație și alte probleme importante.

Aceste lipsuri se datoresc și faptului că unele instituții care conlucrează la elaborarea planurilor de sistematizare a orașelor nu furnizează în timp util datele necesare proiectării. Pe de altă parte, proiectanții înșiși nu acordă totdeauna suficientă atenție studierii temeinice și rezolvării acestor probleme.

Cu toate succesele obținute în elaborarea proiectelor și schițelor de sistematizare, o lacună a practicii noastre de construcție a orașelor o constituie și faptul că aceste schițe nu au fost încă definitivate și nu au devenit legea de bază a construirii și dezvoltării orașelor. La aceasta se adaugă și faptul că în unele orașe, care au schițe de sistematizare însușite de organele locale și avizate de Comitetul de Stat pentru Construcții, Arhitectură și Sistematizare, se adoptă uneori măsuri în domeniul construcțiilor care contrazic prevederile acestor schițe.

Considerînd practica urbanistică în aceste condiții — cînd schițele de sistematizare nu au un caracter definitiv — trebuie remarcat că uneori noile ansambluri construite nu țin seama de principiul unităților structurale, promovate în proiectarea urbanistică modernă, inclusiv în sistematizarea orașelor din țara noastră.

Pe alocuri se reconstruiesc arterele de circulație în structura lor veche, construindu-se numai fronturile străzilor, fără a se studia în adîncime întregul teritoriu aferent, fără a se rezolva complet deservirea social-culturală a locuitorilor teritoriului respectiv, fără a contura în perspectivă noul cadru în care trebuie să se desfășoare viața locuitorilor cartierului respectiv.

În reconstrucția orașelor noastre trebuie să luptăm și împotriva unui pericol ale cărui semne au început să apară în unele locuri: monotonia. Într-adevăr, tipizarea și industrializarea pot duce la o oarecare monotonie dacă proiectanții nu folosesc aceste metode de lucru cu suficientă îndemînare. Este necesară înainte de toate o mai bună aprofundare și cunoaștere a condițiilor specifice ale orașelor (relief, climă, profil economic, structura populației etc.). Arhitecții trebuie să aplice soluțiile cele mai corespunzătoare acestor condiții specifice, luptînd împotriva stereotipului, aplicînd soluții realiste, elaborate cu fantezie creatoare, pentru a se asigura caracterul specific al orașelor noastre, atît în privința structurii lor funcționale, cît și a înfățișării lor plastice.

Arhitecții trebuie să lupte cu hotărîre pentru ridicarea calității proiectării urbanistice, pentru studierea temeinică și rezolvarea judicioasă în proiectele de sistematizare a problemelor complexe sociale, economice și tehnice ale orașelor, pentru rezolvarea problemelor urbanistice pe baza principiilor și soluțiilor urbanistice celor mai avansate, pentru asigurarea desfășurării construcției orașelor conform cu regulile urbanistice.

★

Un al doilea domeniu important al creației arhitecturale este **proiectarea tip**.

În vederea rezolvării cu succes a investițiilor, al căror ritm este în continuă creștere în cadrul planurilor anuale de stat, utilizarea proiectelor tip și refolosibile devine un factor obligatoriu. Tipizarea locuințelor și a construcțiilor de masă permite utilizarea tehnicii noi în construcții și a metodelor industriale, transformînd procesul de execuție într-un proces de montaj.

Prin introducerea metodelor industriale, care se extind din ce în ce mai mult, se obțin scurtarea duratei de execuție, creșterea volumului construit

și reducerea costului construcțiilor. Iată de ce utilizarea pe scară largă a proiectelor tip are o importanță atît de mare în condițiile actuale. În acest sens au fost obținute numeroase succese, avînd ca rezultat extinderea tot mai mult în diferite orașe a construcțiilor din panouri mari de beton, cum ar fi cele de la Brașov, Iași, București.

Institutele de specialitate au elaborat în ultimii ani numeroase proiecte tip pentru locuințe, școli, cantine, cluburi, secții de hale industriale etc. Cu toate acestea, se constată o anumită rămînere în urmă în această direcție. Proiectele tip, mai ales cele de locuințe, au încă o răspîndire prea mică; există încă un număr redus de proiecte tip corespunzătoare cerințelor; unele proiecte tip nu corespund pe deplin din punct de vedere calitativ. Proiectarea locuințelor din panouri mari, precum și punerea la punct a proceselor tehnologice de execuție și montaj se desfășoară încă într-un ritm prea lent față de necesități.

În general, cu toate că, în comparație cu anii trecuți, s-au făcut pași mari înainte, totuși proiectarea tip nu este la nivelul necesar. Arhitecții din proiectare, cît și organele competente în organizarea proiectării tip, au datoria să dea o mai mare importanță acestei probleme. Trebuie organizată proiectarea tip pe baza unei concepții de perspectivă, creîndu-se un decalaj în timp între proiectarea tip și cea de investiții. Proiectarea tip trebuie să satisfacă treptat nevoile variate de proiecte diverse necesare în construcții. Elaborarea proiectelor tip necesită o muncă complexă de studiu, documentare și concepție și ea trebuie rezolvată cu toată seriozitatea.

Numai prin industrializarea procesului de construcție, bazat pe proiectarea tip, vom putea îndeplini în bune condiții sarcinile mari pe care le avem.

★

Un rol de seamă pentru îndeplinirea sarcinilor importante care stau în fața arhitecților în realizarea planului de construcții prevăzut prin directivele de partid și de stat revine și **Uniunii Arhitecților din R.P.R.**

Îndeplinirea cu succes a unui program atît de vast de construcții industriale și civile, menite să transforme orașele și satele patriei noastre pe baza unei concepții înaintate, nu este posibilă fără cadre pregătite temeinic din punct de vedere profesional, politic și ideologic, capabile să se orienteze în procesul de înnoire continuă și să întrezărească viitoarea societate socialistă și comunistă.

În această operă de formare a arhitectului de tip nou, capabil să gîndească de pe pozițiile înaintate ale învățăturii marxist-leniniste și să se ridice la nivelul sarcinilor ce stau în fața lui, Uniunea Arhitecților a avut o contribuție permanentă.

În centrul activității Uniunii Arhitecților se află problemele legate de sarcinile principale ale arhitecturii și urbanismului. Urmînd cu consecvență indicațiile partidului și guvernului în domeniul arhitecturii și construcțiilor, în activitatea Uniunii Arhitecților s-a pus un accent deosebit pe îmbunătățirea calității locuințelor, reducerii prețului de cost și promovarea tehnicii înaintate. De asemenea, problemele de sistematizare a orașelor, aplicarea metodelor înaintate de proiectare a cartierelor și microraioanelor de locuințe au fost larg dezbătute, atît în cadrul plenarelor Uniunii Arhitecților, în ședințele Comitetului de conducere consacrate dezbaterii acestor probleme, cît și în cadrul discuțiilor de creație, scoțîndu-se la iveală lipsurile constatate în cadrul proiectelor și contribuind astfel la îmbunătățirea soluțiilor.

În vederea îmbunătățirii activității de proiectare în cadrul regiunilor, s-au organizat în ultima vreme ședințe plenare ale filialelor, dintre care menționăm pe cele din orașele Constanța, Brașov, Cluj. Cu această ocazie s-au analizat în special problemele principale de sistematizare a orașelor din regiune, realizîndu-se un schimb de experiență util între arhitecții care lucrează în D.S.A.P.C.-uri și cei din capitală. Participarea organelor regionale de partid și ale sfaturilor populare la aceste dezbateri a contribuit la o cunoaștere mai aprofundată a problemelor și la o eficiență sporită a discuțiilor și concluziilor.

În vederea găsirii celor mai bune soluții, în problemele mai importante s-au organizat concursuri, la care a participat un mare număr de arhitecți, unele soluții menționate în cadrul concursurilor găsindu-și aplicarea în practică; de exemplu, reconstrucția centrului orașului Ploiești.

O contribuție însemnată pentru ridicarea nivelului ideologic și profesional le-au avut de asemenea ciclurile de conferințe și cercurile de studii, a căror activitate se desfășoară pe baza unui plan tematic anual.

Menționăm de asemenea importanța deplasărilor în țară și străinătate, organizate de Uniunea Arhitecților și a discuțiilor ce au loc în legătură cu aceste deplasări, menite să îmbogățească cunoștințele profesionale și să permită realizarea unui larg schimb de experiență.

Desigur că efortul Uniunii Arhitecților pentru sprijinirea producției arhitecturale și ridicarea nivelului profesional și ideologic al arhitecților ar putea să fie și mai însemnat, dacă s-ar elimina unele lipsuri în activitatea Uniunii. Este necesar ca în viitor Uniunea să-și intensifice activitatea, contribuind prin dezbateri și confruntarea opiniilor la ridicarea nivelului profesional și ideologic al arhitecților.

Revista «Arhitectura R.P.R.» trebuie să lichideze întîrzierile survenite în apariția ei și să devină o publicație capabilă să sprijine practica arhitecturală alături de prezentarea principalelor realizări ale arhitecturii și urbanismului. În coloanele revistei trebuie să ocupe un loc important studiile și articolele teoretice de specialitate, menite să îmbogățească cunoștințele proiectanților și să sprijine activitatea lor zilnică. Fiind organul de presă al arhitecților din Republica Populară Romînă, ea trebuie să fie în același timp o tribună pentru dezbaterea celor mai actuale și mai importante probleme din domeniul arhitecturii și construcțiilor. Cu cît conținutul revistei va fi mai viu și mai variat, cu atît influența ei în rîndul arhitecților și constructorilor va fi mai mare.

Un rol important în cadrul activității Uniunii Arhitecților revine filialelor regionale. An de an crește volumul investițiilor în construcții industriale, locuințe și dotări social-culturale în toate regiunile țării. Se întărește neîncetat proiectarea în cadrul D.S.A.P.C.-urilor, astfel încît să poată cuprinde în cît mai mare măsură proiectarea pe plan regional.

Este necesar ca în această perioadă de formare și afirmare a cadrelor arhitecturale din regiuni, filialele Uniunii Arhitecților să aibă un rol cît mai activ, contribuind la rezolvarea sarcinilor curente. Trebuie să arătăm însă, aici, că nu în toate filialele există o activitate corespunzătoare rolului pe care trebuie să-l îndeplinească arhitecții din regiune. Adeseori activitatea filialelor nu depășește cadrul D.S.A.P.C.-urilor și rămîne necunoscută pentru organele regionale de partid, ale sfatului popular și marelui public.

Ținînd seama de experiența pozitivă a plenarelor regionale organizate în cursul anului 1961, este de dorit ca asemenea plenare să se organizeze în toate filialele Uniunii.

Spre deosebire de activitatea filialelor menite să asigure îndrumarea multilaterală a arhitecților din regiune, cercurile din București ale Uniunii beneficiază de activitatea centrală în cadrul Casei Arhitectului. Cu toate acestea se poate constata că activitatea în cadrul cercurilor nu este pe deplin satisfăcătoare, unele din acestea rezumîndu-se în special la rezolvarea sarcinilor organizatorice. Este de dorit ca în cadrul cercurilor să se organizeze dezbateri în jurul problemelor specifice institutului respectiv de proiectare, pe baza materialelor concrete existente sau în curs de elaborare.

Merită a fi subliniată de asemenea activitatea secțiilor și comisiilor de specialitate, care funcționează în cadrul Uniunii Arhitecților. În principal, secțiile și comisiile organizează discuții de creație pe teme de specialitate, cicluri de conferințe profesionale și ideologice și concursuri de arhitectură. Trebuie arătat însă, că unele secții și comisii nu au o activitate continuă în domeniul respectiv, fiind necesară activizarea lor periodică de către conducerea Uniunii Arhitecților. Este de dorit ca în viitor secțiile să dea dovadă de mai multă inițiativă, semnalînd problemele importante care apar în viața arhitecturală pentru a fi cunoscute și dezbătute într-un cadru mai larg și a permite astfel adoptarea soluțiilor celor mai corespunzătoare.

Pentru mărirea eficienței activității Uniunii este necesar ca Comitetul de Stat pentru Construcții, Arhitectură și Sistematizare, ministerele și sfaturile populare care au în subordine institutele de proiectare să folosească în cît mai mare măsură sprijinul pe care îl poate acorda Uniunea Arhitecților pentru rezolvarea programului de investiții. În acest scop este necesar să se extindă colaborarea între aceste instituții și Uniunea Arhitecților la organizarea unor manifestări în cadrul Uniunii (discuții de creație, plenare, concursuri etc.) pentru găsirea celor mai bune soluții și promovarea concepțiilor și metodelor celor mai avansate.

Sîntem convinși că posibilitățile existente în acest domeniu sînt nelimitate și ele vor fi folosite în viitor într-o măsură mai mare pentru realizarea sarcinilor importante ce revin arhitecților în cadrul planului șesenal, contribuind astfel la construirea socialismului în țara noastră.

UNITĂȚI COME

În dezvoltarea continuă a orașelor noastre, o dată cu creșterea producției bunurilor de consum, apar probleme deosebit de complexe în ce privește deservirea comercială a populației. Potrivit Directivelor celui de-al III-lea Congres al P.M.R. volumul desfacerilor de mărfuri se va dubla pînă în 1965, iar numărul unităților comerciale va crește în același interval cu 5 000.

Rezultate însemnate au fost obținute în ultimii ani în realizarea sarcinii de creștere continuă a volumului de mărfuri și de îmbunătățire a modului de deservire a populației.

În anul 1961, populația a primit mărfuri cu aproape 6 miliarde lei mai mult decît în 1960, aceasta reprezentînd o creștere de 15%.

În 1962, volumul prevăzut al desfacerilor de mărfuri cu amănuntul este de 52,8 miliarde lei, cu 5,3 miliarde mai mult decît în 1961.

Orașele și centrele muncitorești au fost mai bine aprovizionate cu alimente și mărfuri industriale. Schimbul între oraș și sat se realizează în condiții tot mai bune.

Rezultate bune au fost obținute și în ceea ce privește organizarea de magazine moderne, cu mare capacitate de deservire și bine utilate.

În prezent, una din principalele sarcini în comerț este buna organizare a desfacerii mărfurilor, organizarea aprovizionării continue și abundente a populației, urmărind totodată ca prezentarea mărfurilor și servirea să fie la un nivel ridicat.

Rezolvarea sarcinilor complexe puse de Congresul al III-lea al P.M.R. presupune o schimbare calitativă, trecerea hotărîtă la noi forme de desfacere prin care să se asigure o eficiență economică sporită a suprafețelor comerciale și o creștere sensibilă a productivității muncii lucrătorilor din aparatul comercial.

În același timp este neapărat necesar să ținem seama că o dată cu sporirea volumului desfacerii de mărfuri către populație are loc un proces rapid de sporire a sortimentelor, de îmbogățire a variației și calității mărfurilor aduse în magazine. Creșterea nivelului de trai și cultural al maselor de oameni ai muncii are ca urmare directă o sporire simțitoare a exigențelor cumpărătorilor, atît în ce privește produsele, cît și în ce privește modul lor de prezentare, sistemul de vînzare și spațiul arhitectural destinat să cuprindă această activitate.

Spre deosebire de comerțul capitalist, în care mobilul principal îl constituie obținerea profitului uneori chiar împotriva intereselor și necesităților reale ale cumpărătorului, comerțul socialist reprezintă principala formă de legătură dintre producție și consum și prin aceasta el trebuie să țină seama de cerințele oamenilor muncii, pentru care magazinele reprezintă nu numai o sursă de aprovizionare, ci și o adevărată expoziție a propriilor realizări.

Cele cîteva considerente expuse mai sus sînt suficiente pentru a demonstra că problema arhitecturii magazinelor capătă în momentul de față un interes deosebit și că ea antrenează un număr mare de aspecte, pe care arhitectul este obligat să le satisfacă și să le armonizeze.

Elementul fundamental al problemei îl constituie, după părerea noastră, existența unei concepții de ansamblu asupra dezvoltării rețelei comerciale în cadrul orașului. Economia socialistă permite și cere în același timp repartizarea armonioasă pe teritoriul orașului a unităților comerciale de diferite tipuri, spre deosebire de comerțul capitalist, unde criteriul principal de amplasare îl constituie « vadul ».

Judicioasa amplasare a unităților este legată de cunoașterea liniilor principale de dezvoltare a orașelor noastre și trebuie privită cu deosebit simț de răspundere, de la elaborarea schițelor și detaliilor de sistematizare și pînă la planificarea investițiilor. O activitate coordonată la nivelul definitivării schițelor și detaliilor de sistematizare ar aduce și unele îmbunătățiri în activitatea organelor comerciale ale sfaturilor populare și ale Ministerului Comerțului. Stabilirea profilului unor magazine și a temelor de proiectare ar fi realizată probabil mai științific și mai riguros, înlăturîndu-se astfel una din principalele deficiențe care mai frînează azi proiectarea și darea în folosință a magazinelor. S-ar lichida astfel acele cazuri în care neprecizarea profilului magazinelor duce la întîrzierea predării documentației.

Acest lucru este azi îndeobște cunoscut; printr-o colaborare activă între Ministerul Comerțului, C.S.C.A.S., C.S.P. și organizațiile de studii și proiectări se pot crea premisele unei proiectări planificate și ritmice a spațiilor comerciale.

Rezolvarea arhitecturală propriu-zisă a magazinului comportă și ea o serie de aspecte distincte, cum ar fi: structura și forma generală a magazinului, echiparea tehnică și mobilierul, problemele iluminării, decorația interioară și exterioară. Între aceste aspecte există o întrepătrundere intimă și de aceea e neapărat necesar ca ele să fie coordonate și conduse de aceeași concepție.

Din experiența proiectării rezultă că magazinele ar putea fi proiectate în două faze: faza proiectării structurale, « universală », și faza decorației și echipării specifice. Corelată cu principiul — azi unanim admis — al scoaterii magazinelor din clădirea de locuit, această idee permite realizarea unor spații universale clare, cu o structură simplă, adaptabilă atît la transformările temei (chiar în planurile beneficiarului), cît și la modificările, inevitabile în timp, ale sistemelor de vînzare.

R C I A L E

În același timp, apare necesar ca la baza proiectării spațiilor comerciale să stea respectarea strictă a unor norme de dimensionare, atît pentru sălile de vînzare, cît și pentru depozite; aceasta presupune, bineînțeles, existența acestor norme, domeniu în care sîntem încă în întîrziere.

Problemele de mobilier capătă în cazul magazinelor o importanță deosebită, cu atît mai mult cu cît, o dată cu transformările sistemului de desfacere a mărfurilor, acest mobilier capătă forme noi și caracteristici funcționale mult mai strict definite. Apare necesar ca în proiectarea mobilierului comercial să se prevadă utilizarea materialelor noi, al căror aspect și sistem de prelucrare prezintă o gamă mult mai largă de posibilități plastice și tehnice. Exemplele realizărilor în acest domeniu arată că e absolut necesar ca arhitecții ce se ocupă de proiectarea interioarelor magazinelor noi să utilizeze elementele tipizate într-o gamă de forme mai largă și în compoziții care să ofere, o dată cu cele mai avantajoase fluxuri de vînzare, și o viziune decorativă cît mai interesantă.

În decorația interioară a sălilor de vînzare este necesar să se asigure o colaborare cît mai strînsă între proiectantul de arhitectură și artiștii plastici, graficieni și decoratori. Similitudinea tot mai evidentă între magazin și expoziție ca gen de arhitectură interioară face ca în acest domeniu să acționeze și unele din principiile proiectării expozițiilor. Se observă în unele din magazinele noastre o plastică prea bogată, care anihilează « exponatele » sau, dimpotrivă, o sărăcie de forme și culori care se reflectă într-o prezentare anostă a unor mărfuri. La decorația interioară a magazinelor participă atît mobilierul, cît și suprafețele libere interioare și — ceea ce nu trebuie neglijat — înseși mărfurile expuse, care pot avea, în anumite cazuri, o mare valoare plastică (stofe, țesături etc.).

La valorificarea efectelor decorative, un rol deosebit îl joacă iluminatul artificial. Și în acest caz proiectantul trebuie să cunoască perfect cerințele funcționale pentru ca jocul interior de lumini să nu se transforme într-un act gratuit care să capete mai multă importanță decît mărfurile oferite spre vînzare. Combinarea luminii difuze cu luminarea directă a anumitor puncte sau a locurilor de vînzare, utilizarea unei game de tonuri variate, fără însă a altera coloritul mărfurilor — toate acestea constituie o paletă miraculoasă pe care proiectantul magazinului trebuie să o pună la îndemîna decoratorului. Prezența lămpilor, lustrelor, candelabrelor și aplicelor, concepută în spiritul sistemelor de iluminare tradiționale, trebuie tot mai mult exclusă din sistemul iluminatului interior. E recomandabil ca instalația electrică să fie proiectată foarte maleabilă, pe cît posibil fără legătură cu dispoziția mobilierului sau a diferitelor sectoare, deoarece acestea se schimbă foarte des.

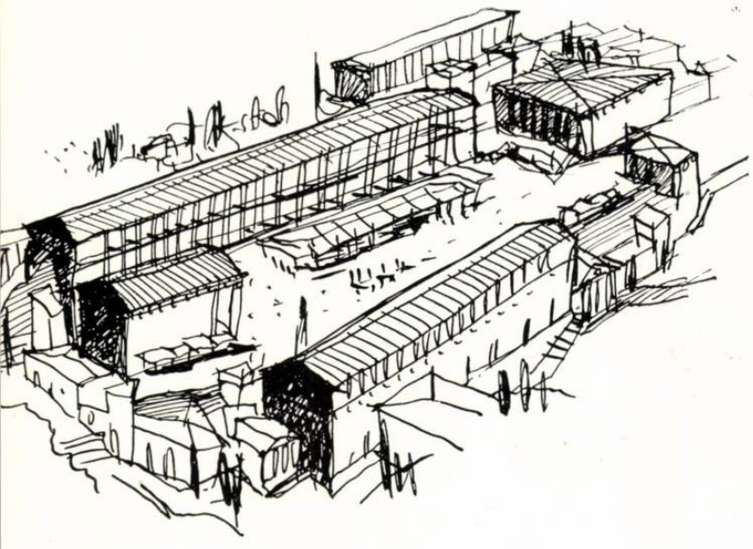
În fine, unul din aspectele importante ale proiectării de magazine este fațada, în care elementele principale sînt vitrinele și firma. În această privință, treptat și-a cîștigat locul concepția magazinului-vitrină, fără etalaje care să oprească vederea trecătorilor spre interior. Participarea cît mai directă a magazinului la viața orașului îmbogățește aspectul străzilor și-l înviorează. Scoaterea spațiilor comerciale din clădirile locuințelor permite ca magazinele să capete rezolvări structurale și volume independente și expresive nu numai prin vitrină și firmă, ci chiar în liniile majore ale arhitecturii lor.

În același timp, este absolut necesar ca în rezolvarea fațadelor să fie cuprinsă ca element compozițional firma de zi și de noapte. Modul de rezolvare a emblemei verticale a restaurantului « Pescăruș » de la Eforie arată că firma poate interveni în mod activ în compoziția de ansamblu. Din păcate, la multe din blocurile recent construite nu s-au prevăzut locuri corespunzătoare pentru firme, ceea ce a dus la compromisuri evidente. În acest domeniu apare de asemenea necesar să se continue acțiunea de îmbunătățire a graficii, apelîndu-se la graficieni experimentați pentru a găsi caractere noi, atrăgătoare, pe cît se poate în « caracterul » profilului magazinului. Ar trebui ca aspectul firmelor, atît în ce privește magazinele noi, cît și cele vechi, să fie îndrumat și controlat de un colectiv competent, care să urmărească eliminarea manifestărilor de prost gust sau a banalităților neatrăgătoare.

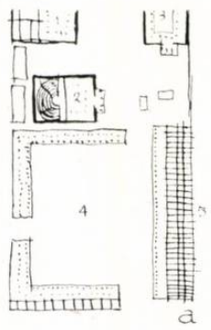
Din cele de mai sus rezultă că în proiectarea de magazine e necesară colaborarea activă între o serie de specialiști — de la economist și planificator pînă la grafician și etalator. Sarcina arhitectului în acest domeniu este de a coordona aceste activități, de a crea spații și volume astfel concepute încît să se armonizeze cu ansamblul urbanistic în care se amplasează și de a lăsa în permanență deschise toate posibilitățile de invenție. Pentru aceasta e neapărat necesar ca proiectanții să cunoască o serie de date specifice și, pe cît posibil, să se realizeze chiar specializarea unor colective în cele mai importante unități de proiectare, așa fel încît experiența acumulată să fie valorificată la maximum.

Secția de mobilier și decorație a Uniunii Arhitecților are datoria să stimuleze discuțiile, concursurile și expozițiile privind amenajarea și decorarea magazinelor, contribuind astfel la ridicarea valorii creației noastre arhitecturale.

Consacrînd numărul de față problemei magazinelor, revista « Arhitectura R.P.R. » își propune să aducă în discuție atît realizările pozitive în acest domeniu, cît și analiza critică a unor deficiențe constatate, contribuind astfel la clarificarea unor principii și linii directoare pentru activitatea de viitor.



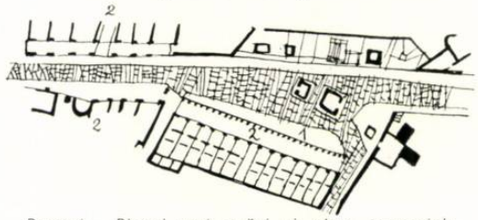
Piața din Assos — Deși în agora se țineau adunările politice, din cauza dezvoltării comerțului, ele au fost mutate în alt loc



Piața centrală din Milet

1. *Piața de nord*
2. *Buleuterion*
3. *Gimnaziul cu piața pentru adunări*
4. *Piața comercială*

Prăvălie din Pompei — Prăvălia este « o sală deschisă spre stradă în care negustorul își etalează marfa » (Viollet le Duc).



Pompei — Planul unei străzi și piețe comerciale
1. *Piața comercială* — 2. *Prăvălii*

Arh. Ignace Șerban

MAGAZINELE IERI — AZI — MÎINE

Originea comerțului este foarte îndepărtată. Ea se leagă direct de activitatea productivă a oamenilor. De la comuna primitivă, o dată cu apariția surplusului de produse, legată de diviziunea muncii și de creșterea productivității acesteia, apar primele schimburi, la început cu caracter accidental, mai apoi ca schimburi regulate. Dezvoltarea continuă a forțelor de producție, diviziunea socială a muncii și lărgirea schimbului fac să apară marfa, care se produce, nu pentru consumul producătorului, ci pentru a fi vîndută pe piață. Se produce și o altă marfă, care se dă în schimbul oricăror altor mărfuri: banii. Sîntem în orînduirea sclavagistă.

Meșteșugarii desprinși din agricultori încep să se concentreze în așezări centrale, ușor accesibile, pentru a putea deservi un teritoriu cît mai întins. Aceste așezări meșteșugărești determină și apariția negustorilor.

Încep să se construiască clădiri durabile pentru ateliere. Pentru comerț se amenajează spații mari în poziții dominante, cu legături ușoare spre exteriorul așezării. Aceste așezări se dezvoltă și devin orașe importante, ca: Roma, Florența, Genova, Paris, Marsilia, Londra etc.[1] O dată cu apariția orașului apar și contradicțiile dintre sat și oraș, contradicții care vor putea fi rezolvate numai de societatea comunistă.

În activitatea și sistematizarea orașelor din Grecia antică se reflectă importanța pe care o aveau meșteșugurile și comerțul în dezvoltarea unui oraș.

Astfel, în orașul grecesc, agora era locul unde erau rezervate spații largi pentru comerț, unde negustorii își vindeau marfa și unde se putea asista și la o serie de manifestări civile — politice, serbări etc.

Afară de agora existau și cartiere specializate într-un anumit gen de produse (de pește, brînză, vin etc.). Comerțul se făcea în aer liber, în corturi, prăvălii mobile sau clădiri fixe pentru prăvălii. Agorele aveau porticuri care înconjurau piața și ușurau condițiile comerțului, ferindu-l de capriciile intemperiilor; aceste porticuri opreau totodată circulația căruțelor și a cailor.

În Roma sclavagistă, forumurile erau în primul rînd niște piețe comerciale; ele își pierd această calitate mai tîrziu, căpătînd un caracter pur reprezentativ și festiv. Existau și forumuri specializate într-un anumit comerț, de exemplu, Forum olitorum (piața uleiurilor).

Formele de vînzare și schimb au apărut în sclavagism deja diferențiate în mai multe forme distincte:

— agora — forumul — piața;
— hala acoperită;
— prăvălia și străzile comerciale; în Orient — bazarul.

[1] « Orașele în adevăratul sens al cuvîntului se formează numai acolo unde locul este extrem de prielnic pentru comerțul exterior sau acolo unde șeful statului și satrapii lui schimbă venitul lor (plus-produsul) pe muncă, cheltuiesc acest venit ca un fond de lucrări » K. Marx-Forme anterioare ale producției capitaliste — Extras din Marea enciclopedie sovietică, vol. 12, p. 172 — Orașul

Comercianții împreună cu reprezentanții puterii economice încep să se afirme prin clădiri impozante. Halele din Ypres.

Prăvălia era de obicei la parterul locuințelor negustorilor, la adăpostul unui portic. În față se găsea prăvălia, iar în fund, depozitul. În fațadă apăreau o serie de ghirlande decorative și niște tablouri care se legau tematic de comerțul exercitat de negustor.

Magazinul se închidea cu obloane mari de lemn. Exemplele mai bine conservate și care pot fi considerate tipice pentru civilizația sclavagistă greco-romană s-au găsit la Pompei.

Evul mediu se caracterizează la începuturi prin caracterul limitat al comerțului. Meșteșugarii se stabilesc pe lîngă zidurile mănăstirilor sau castelelor feudale, unde găseau clienți pentru marfa pe care o produceau. Numărul meșteșugarilor crește mereu în urma exodului țăranilor iobagi fugiți de pe moșiile feudale. Astfel, orașele evului mediu se dezvoltă în corsetul zidurilor cetății, cu construcții dense deservite de străzi înguste, cu un centru comercial puternic: piața comercială cu catedrala sau cu unele clădiri administrative. Apar străzile specializate pentru un anumit fel de comerț. La Moscova și Novgorod, sloboziile (cartiere) și străzile au căpătat denumiri după specialitatea meseriilor care se exercitau acolo (sloboziile armurierilor, cazangiilor, fierarilor etc.). În București, comerțul era concentrat pe ulița mare (astăzi str. Lipscani [1]), jur împrejur fiind înconjurată de străzi care poartă și astăzi numele breslelor care își desfăceau marfa în strada respectivă (str. Boiangiilor, str. Șelari, str. Blănari, str. Mătăsari etc.).

Un mare rol în lărgirea comerțului l-au jucat cruciadele, care au intrat în piețele Orientului apropiat și au adus marfă în Europa, dezvoltînd și îmbogățind o serie de orașe italiene, ca Genova și Veneția, sau orașele organizate în ligi care dezvoltau comerțul în mările și regiunile Nordului, făcînd să apară și acolo numeroase orașe comerciale.

Și în evul mediu piața comercială este alături de piața publică a orașului; există de asemenea piețe comerciale specializate și apar și hale acoperite de vînzare sau hale la parterul serviciilor municipale ale orașului (halele de la Ypres, Bruges, Gand etc.). Apar piețe acoperite cu șarpante, ca cea de la Sf. Petru pe Dives, Montpasier (Franța).

Tipul de magazin al evului mediu nu diferă funcțional de cel al antichității. Apar doar încăperi în plus în fundul magazinului, ca, de pildă, sala de lucru a ucenicilor și meșteșugarului, atunci cînd prelucrarea se realizează în același loc cu vînzarea. Sistemele constructive mai îndrăznețe permit realizarea unei deschideri mai mari a vitrinei. Vînzarea se face pe voleturile care închid magazinul: voleții inferiori servesc drept masă pentru așezarea mărfii, iar voleții superiori adăpostesc marfa de intemperii. Vînzarea și cumpărarea se fac în afara magazinului.

Închiderea cu geam a magazinului apare de-abia în jurul secolelor XVI—XVII.

Prin dezvoltarea producției meșteșugărești către industrie și prin extinderea comerțului se produce procesul de acumulare primitivă a capitalului, care reprezintă începuturile modului de producție capitalist.

În comerț, ca și în industrie, capitalismul concentrează și centralizează capitalul.

Începutul dezvoltării capitaliste aduce schimbări mari în dezvoltarea orașului. Străzile se lărgesc, piețele se măresc și se regularizează. Strada comercială este vie, zgomotoasă, ea amintește o piață comercială și uneori rivalizează cu aceasta (strada Mersseria din Veneția, via Calzoioli din Florența etc.).

La noi în țară, descompunerea feudalismului și începuturile capitalismului sînt legate de un avînt deosebit al comerțului exterior și interior. Se lărgește piața internă și se dezvoltă tîrgurile și iarmaroacele. Înfloresc o serie de orășele, ca Vălenii de Munte, Comarnic, Urziceni, Călărași etc. Se dezvoltă orașul Galați, prin comerțul de export și de tranzit.

Prăvălia ca unitate de vînzare nu se diferențiază încă de cea din evul mediu. Apare însă vitrina de sticlă care servește la expunerea mărfii, vînzarea se face în interiorul magazinului și se caută în continuare mărirea deschiderii vitrinelor.

Dacă privim dezvoltarea construcțiilor comerciale de vînzare în decursul istoriei arhitecturii, ne putem da seama de faptul că, în afară de hale și de galerii de prăvălii pe parter, construcțiile de magazine s-au făcut din ce în ce mai mult la parterele clădirilor de locuit.

Aceste prăvălii sînt spații de vînzare fără o destinație sau specific precis al unui anumit fel de comerț, ceea ce a dus, în urma schimbărilor succesive de destinație, la transformări parțiale de fațade legate de interesele de funcționalitate și de reclamă ale ultimului proprietar. De cele mai multe ori, aceste transformări au stricat unitatea de arhitectură a întregului imobil, urîțind aspectul urbanistic al orașului.

Teoreticianul în arhitectură Guadet, care nu avea perspectiva dezvoltării orașului modern, considera că o rezolvare a localurilor de comerț în cadrul orașelor este aceea de se realiza mari magazine universale centrale. Această teorie a fost aplicată în ultimii 60 de ani, construindu-se o serie de mari magazine (Printemps, Belle Jardinère la Paris, Wertheim, Tietz la Berlin, Galleries Lafayette, Vulturul de mare la București ș.a.).

Deși se părea că sistemul de magazine universale va fi generalizat, totuși dezvoltarea intensă a circulației auto și principiile contemporane de sistematizare a orașelor au făcut ca să nu se mai construiască prea multe magazine universale în ultimii 20 de ani.

Remodelarea vechilor orașe, crearea de orașe noi pe baza unor unități de optimă deservire — microraionul — pune problema centrelor comerciale de diferite grade de dezvoltare, în funcție de zona de deservit.

O dată cu dezvoltarea socialistă a țării noastre și cu dezvoltarea rapidă a comerțului de stat, numărul magazinelor și al spațiilor de comerț a crescut considerabil. S-a schimbat complet și concepția de repartizare teritorială a magazinelor, dotîndu-se cu unități comerciale toate cartierele orașelor, atît cele centrale, cît și cele marginale. Rețeaua comercială este în continuă dezvoltare și transformare. Se vor deschide magazine noi, se vor ridica centre comerciale în microraioanele cartierelor noi din capitală (Balta Albă, Drumul Taberei, Jiului etc.) și din întreaga țară.

Și acum, din lecția pe care ne-o dă istoria și în lumina contemporaneității, să încercăm să tragem unele învățăminte pentru proiectarea magazinelor viitorului.

REALIZAREA SCHIȚELOR DE SISTEMATIZARE ALE ORAȘELOR, PUNCT DE PLECARE ÎN DEZVOLTAREA ARMONIOASĂ A REȚELEI COMERCIALE

Comerțul socialist are ca scop echitabila repartizare a bunurilor către locuitorii din toate cartierele și orașele.

Volumul produselor ce se desfac crește an de an, o dată cu sortimentul și calitatea, pentru a satisface tot mai deplin necesitățile, de asemenea în continuă creștere, ale populației, adusă de orînduirea socialistă la un standard de viață din ce în ce mai ridicat.

Deci rețeaua comercială socialistă este un organism viu în plină dezvoltare, care, pentru a-și da randamentul economic și social, trebuie să se dezvolte planificat în funcție și în directă legătură cu doi factori principali:

— mărirea planificată a producției de bunuri de consum;

— dezvoltarea armonioasă urbanistică a orașelor.

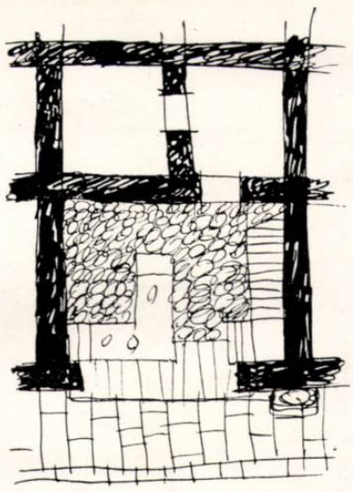
Schița de sistematizare a orașelor vine să îmbine acești factori principali pentru rețeaua comercială orășenească, să stabilească amplasamente, profile, fluxuri tehnologice și chiar parțial, pentru o perioadă mai scurtă, sisteme de deservire și de utilaj comercial.

Toate aceste date, stabilite în linii mari, ușurează munca proiectării și duc la realizări viabile pe o perioadă mai lungă, cu bune rezultate economice și de deservire.

MAGAZINELE VOR FI ELIMINATE DE LA PARTERUL LOCUINȚELOR

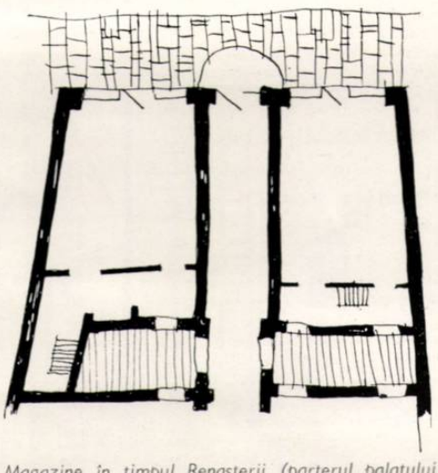
Desigur că acest deziderat nu este aplicabil în orașul vechi, cu casele așezate de-a lungul străzilor — străzi coridor — și nici în construcțiile noi, care se sistematizează în același spirit.

Pentru a înlocui magazinele de la parterurile locuințelor, blocul de locuințe trebuie situat în spațiul verde, la o distanță cît mai mare de artera de circulație. Problema poate fi pusă și invers:



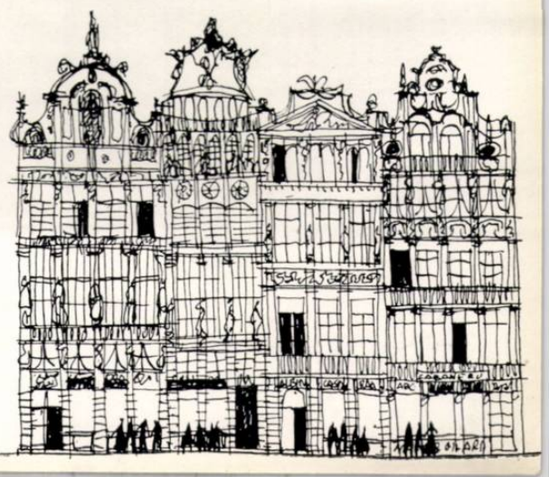
Planul unei prăvălii din Pompei. Spre stradă se vede tejgheaua de vînzare și scara care duce la apartamentul negustorului

Tip de magazin al evului mediu. Vitrina mai deschisă, dispozitive ingenioase de etalare a mărfii, combinate cu sistemul de închidere a magazinului

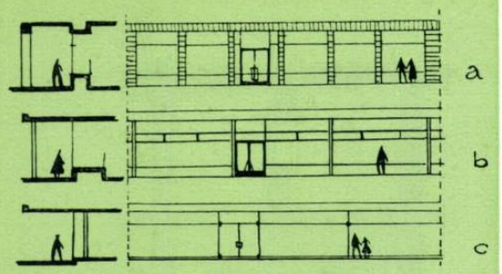


Magazine în timpul Renașterii (parterul palatului Nicoli din Roma)

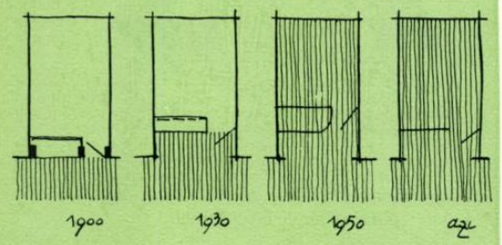
Și clădirile barocului își deschid parterele pentru comerț



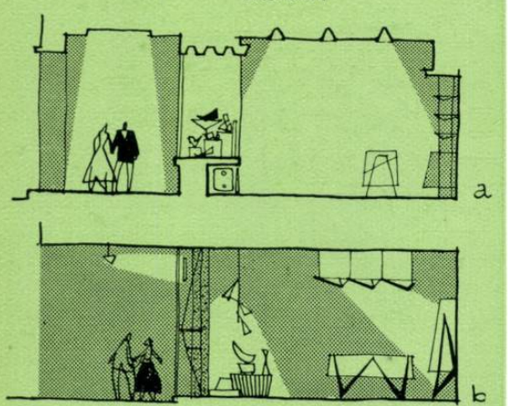
[1] Numele străzii Lipscani vine de la tîrgul din Lipsca (Germania), tîrg de mărfuri internațional care alimenta comerțul din Țările Românești.



a) *Vitrina cu portice taie legătura cu exteriorul.* b) *Vitrina cu stîlpi, un paleativ.* c) *Copertină-geam securit la ușă și vitrină, elementele de sprijin în interior — legătură bună între exterior și interior*



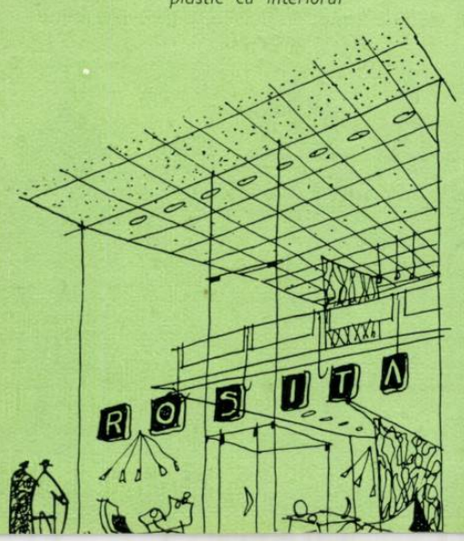
Evoluția tendinței către unificarea interiorului cu exteriorul.



a) *Vitrina de azi — lumina repartizată uniform, lipsă de expresivitate plastică.*
b) *Vitrina de mîine — luminatul se concentrează direct asupra obiectelor.*

Legătura cu interiorul este asigurată

Exemplu de magazin la care firma se compune plastic cu interiorul



nu vom mai putea așeza magazine la parterul blocurilor de locuințe, deoarece în sistematizarea contemporană, liberă, în spații verzi și departe de calea de circulație, magazinele ar fi prea departe de calea de acces și de interes public.

Cred însă că nu este necesar să mai dau argumente în sprijinul tezei « magazinului liber », deoarece sîntem cu toții convinși că atît funcțional, economic și plastic, aceasta este soluția de astăzi. De altfel, mergînd pe drumul sistematizării contemporane, nici nu avem de ales.

MAGAZINUL TREBUIE SĂ FIE UN SPAȚIU ADAPTABIL LA CÎT MAI MULTE SCHIMBĂRI TEMATICE

Credem că este greșit să ne hotărîm pentru un anumit sistem de vînzare a mărfii sau de depozitare, expunere, ambalare. Aceste sisteme nu sînt absolute; ele sînt în continuă schimbare. Se schimbă marfa, se schimbă ambalajul, felul de manipulare, felul de depozitare. Se vinde cu plata la casă, la locul de vînzare, prin autoservire cu casă etc. Totul tinde către o cît mai rapidă și ușoară deservire. Minți ingenioase vor mai inventa mereu alte și alte sisteme.

O caracteristică a epocii pe care o trăim este cea a schimbărilor rapide aduse de impetuoasa dezvoltare în toate domeniile, deci și în comerț.

Pe de altă parte, și nevoia de a se prezenta o marfă cu decoruri schimbate în altă ambianță duce la necesități de schimbări plastice.

Din aceste considerente rezultă o altă poziție a proiectantului în proiectarea magazinelor.

El nu va mai proiecta magazinul în formele definitive ale temei actuale de utilizare. Va trebui să renunțe la rabițuri « jucate », care să marcheze o anumită așezare a mobilierului și a etalajului, la un luminat fix concentrat în anumite locuri bine stabilite, la panouri sau pereți despărțitori în magazin structurali sau din materiale durabile. Toate acestea nu trăiesc decît în cel mai bun caz un an, doi, pînă la prima restructurare, renovare a magazinului. În timp, ele încep să devină o piedică în calea dezvoltării unui nou sistem de vînzare, unui nou sistem de decorație; deși bine gîndite la început, ele nu-și mai găsesc locul și uneori devin curioase sau chiar urîte. În acest caz, poziția justă a proiectantului este cea de a proiecta niște spații generoase, modulate, cu sisteme constructive simple, cu posibilități de aducere a instalațiilor de toate felurile acolo unde este necesar și deschise mult către exterior. În aceste spații, decoratorul de magazine și proiectantul de mobilier, cu ajutorul unor elemente de plastică și expunere din materiale ușoare, ar rezolva decorația adecvată pentru tema actuală, cu posibilități de a schimba elementele de decor cît mai des. O asemenea soluție de rezolvare a magazinelor ar avea mari avantaje economice, în afară de evitarea uzurii morale în cazul unei realizări definitive.

Există, desigur, și cazuri cînd acest sistem nu poate fi aplicat, de exemplu la magazinele care necesită instalații speciale: măcelării, pescării etc.

UNITATEA DINTRE SPAȚIUL INTERIOR ȘI EXTERIOR AL MAGAZINULUI, UNUL DINTRE FACTORII IMPORTANȚI AI RECLAMEI COMERCIALE ȘI FACTOR IMPORTANT DECORATIV ÎN CADRUL ORAȘULUI

Magazinul contemporan este o expoziție în care contactul între cumpărător și marfă trebuie să fie nemijlocit: un contact vizual și, pe cît se poate, tactil. Marfa trebuie să atragă pe cumpărător, atît prin calitățile ei, cît și prin felul cum sînt puse în valoare aceste calități. Perceperea mărfii se cere să fie directă, fără intermediari sau paravane.

Vitrina de sticlă a înlocuit paravanele de lemn care apărau marfa de foc sau intemperii în epoca sclavagistă și în feudalism. Cu perdele de aer cald, infratuburi, semnalizări foto-electrice, într-un viitor mai îndepărtat ne-am putea dispensa poate și de vitrină. În orice caz, vitrina nu mai este o barieră, ci o legătură cu interiorul.

Legătura trebuie însă realizată între spațiul de circulație al pietonului din fața magazinului — spațiu neapărat acoperit, dacă se poate chiar încălzit — și spațiul din interior, de vînzare. Unitatea dintre pardoseală, plafon, decor, vegetație, iluminare contribuie la realizarea spațiului general interior-exterior. Prin poziția lui în cadrul orașului vechi sau modern, magazinul se găsește ușor perceptibil nivelului ochiului pietonului. Iluminatul lui deosebit, cît și aspectul decorativ al expunerii mărfurilor atrag ochiul. Noaptea, cînd contururile orașului se estompează, magazinele, prin luminile lor interioare, prin vitrine și firme, rămîn să dea tonul plasticii orașului. De aci rezultă clar că problema rezolvării magazinelor este o problemă de urbanism estetic de prim ordin.

ORGANIZAREA INTERIOARĂ A MAGAZINULUI ESTE O SINTEZĂ ÎNTRE SISTEMUL DE DESFACERE SPECIFIC MĂRFII CARE SE VINDE ȘI PUNEREA ÎN VALOARE A EI PRIN AȘEZARE ȘI ILUMINAT

Specificul mărfii și sistemul de vînzare duc la stabilirea tipului de mobilier pentru vînzare și expunere. Proiectarea acestui mobilier va urmări, în afara unei bune funcționalități, atît o punere în valoare adecvată a produsului, cît și o posibilitate de contact nemijlocit între cumpărător și marfă.

Sistemul de iluminare ales trebuie să scoată în evidență tot marfa. Dozarea luminii trebuie să fie cea asemănătoare unui spectacol de teatru: în întregul magazin, o lumină generală difuză, punctele de expunere, de vînzare, de reclamă fiind intens luminate. În acest fel se valorifică obiectele expuse, iar interiorul magazinului capătă expresivitate.

Compoziția de așezare a mobilierului, vitrinelor, pieselor de reclamă și decorative, împreună cu iluminarea lor, trebuie să formeze o compoziție plastică armonioasă.

FIRMA ȘI ORGANIZAREA EXTERIOARĂ COMPLETEAZĂ ȘI SE COMPUN CU COMPOZIȚIA PLASTICĂ INTERIOARĂ

Compoziția interioară, bine luminată, participă din plin la exterior, prin vitrina foarte transparentă.

Firma și inscripțiile comerciale nu vor mai trebui să se înșire uniform, « în frîză » sub cornișa magazinelor, pe obișnuita placă colorată. Ele sînt elemente de plastică ce trebuie compuse cu interiorul și între ele, de-a lungul străzii.

Pentru aspectul de noapte al orașului este foarte important de urmărit ansamblul luminatului exterior al magazinelor. Crearea de centre comerciale va permite proiectanților să stăpînească mai bine această problemă.

CE AR FI NECESAR PENTRU CA PROPUNERILE ARTICOLULUI DE FAȚĂ SĂ FIE PUSE ÎN PRACTICĂ

În primul rînd, însușirea de către proiectant, beneficiari și foruri de avizare a acestor principii. O dată însușite, să fie adîncite prin studii și completate prin încercări experimentale.

Stabilirea proiectării în două faze: proiectarea structurală « universală », în prima fază; proiectarea decorului și a dotației, în a doua fază. Prima parte, realizată de arhitecții ansamblului și ai obiectului, cu o sumă redusă de investiție; a doua parte, proiectată de decoratori specializați în acest scop.

Lărgirea sortimentului de materiale ușoare și de tipuri de lămpi mobile; atragerea artiștilor plastici decoratori; realizarea unei serii întregi de mijloace plastice, ușor de mînuit, cu maximum de manoperă uscată și cu posibilități de demontare și remontare, în scopul de a crea ușor și expresiv cadrul utilitar și decorativ pentru comerț.

Crearea unei organizații permanente de decoratori, care să se ocupe de schimbările de decor interior și exterior, cu competență și bun gust.

Considerăm că numai în acest fel vom putea avea magazine frumoase, moderne, la zi cu tehnica comerțului și expunerii mărfurilor, cu investiții mai mici decît cele actuale și care, în afară de rolul de desfacere a mărfurilor comerțului socialist, să aibă și rolul de educator al bunului gust.

NOTĂ: Redacția invită cititorii să-și spună părerea asupra propunerilor cuprinse în acest articol.

Restaurant cu autodeservire în Piața Sălii Palatului R.P.R. — Vedere interioară

Gheorghe Teodorașcu, arh. Al. Constantinescu

PROBLEME ACTUALE ALE PROIECTĂRII ȘI REALIZĂRII UNITĂȚILOR COMERCIALE

1. PROIECTAREA ȘI AMPLASAREA UNITĂȚILOR COMERCIALE

Directivele celui de-al III-lea Congres al P.M.R. prevăd ca pînă în 1965 volumul desfacerilor de mărfuri să crească de două ori față de 1959,iar rețeaua comercială cu 5 000 de unități, adică cu 10%.

Pentru realizarea în bune condiții a sarcinii de desfacere a acestui volum însemnat de mărfuri este necesar ca unitățile noi comerciale și cele existente să dispună de o capacitate mărită de deservire a consumatorilor. În acest sens, un rol însemnat îl are introducerea formelor noi de servire și a tehnicii noi.

În ultimii ani s-au organizat peste 1 000 de noi unități comerciale la parterul noilor blocuri de locuințe, precum și în construcții independente, ceea ce a contribuit la modernizarea rețelei comerciale.

În majoritatea regiunilor, la unitățile nou amenajate s-au introdus forme avansate de servire (autoservire, expunere deschisă a mărfurilor etc.).

Pentru îndrumarea organelor locale în amenajarea unităților comerciale, Ministerul Comerțului a organizat o serie de magazine etalon în București, Cluj, Ploiești, Baia Mare, Timișoara, Constanța, Bacău, Petroșani etc.

Amplasarea și organizarea rețelei de desfacere pe teritoriul localităților constituie probleme importante pentru proiectanți. În etapa actuală, în această direcție trebuie să se aibă în vedere principiile stabilite de Ministerul Comerțului, care țin seamă de:

— frecvența cumpărării mărfurilor de către populație;
— repartizarea proporțională a rețelei de desfacere pe teritoriul orașului;
— organizarea concentrică a rețelei comerciale;
— gruparea rațională a diferitelor tipuri de unități de desfacere.

Astfel, în funcție de frecvența cererii de mărfuri, se are în vedere ca unitățile care desfac mărfuri de cerere zilnică (pîine, carne, lapte, legume-fructe etc.) să fie repartizate pe teritoriul orașului pe o rază de maximum 300 m, pentru a deservi 3 000—5 000 de locuitori. În cazul cînd densitatea populației este mai mare de 250 locuitori pe ha, raza se micșorează proporțional. Unitățile care desfac produse din același sector de mărfuri (care au la bază gradul de specializare) trebuie repartizate în cadrul orașului în mod concentric.

Magazinele combinate și cele specializate de produse industriale (care desfac mărfuri de cerere periodică, cum sînt articolele de galanterie, confecțiile, încălțămintea, vesela etc.) se recomandă să aibă o rază de activitate de cca. 800 m.

Unitățile strict specializate de produse industriale și cele care desfac mărfuri de cerere mai rară sau ocazională (ca, de pildă, mobilă, aparate de radio, televizoare, frigidere, bijuterii etc.) pot avea ca rază de activitate întregul oraș. Unitățile care desfac mărfuri ce se cumpără simultan, precum și cele care deservesc aceeași categorie de consumatori, trebuie grupate cît mai aproape unele de altele. În funcție de acest principiu, unitățile de desfacere de pe teritoriul unui oraș se grupează în complexe comerciale, centre comerciale de cartier, centre comerciale raionale sau interraionale (în orașul București) și centre comerciale principale de oraș.

Complexul comercial constituie forma de bază de organizare a rețelei de desfacere, fiind destinat aprovizionării populației în cadrul unui microraion sau mai multor grupe de locuințe. Se poate organiza pentru o populație de 3 000—5 000 de locuitori și se amplasează pe artera cea mai frecventată a grupării de locuințe respective. În cadrul complexului comercial pot funcționa în principal următoarele unități: magazin alimentar general, magazine de pîine, de carne, legume-fructe, unități de alimentație publică (bufet, bucătărie de bloc), tutungerie, chioșc de ziare și reviste etc.

În apropierea complexului pot fi amplasate și unități de prestații de servicii.

Centrul comercial de cartier are ca scop aprovizionarea populației din mai multe microraioane, însumînd cel puțin 30 000 de locuitori. Raza de activitate a centrului de cartier este de circa 800 m. El se poate amplasa în piața de cartier sau la întretăierea celor mai frecventate artere.

Pentru populația din clădirile de locuințe din imediata apropiere, centrul comercial de cartier are sarcina de complex comercial. În cadrul centrului comercial de cartier pot funcționa un magazin alimentar general, magazine specializate de produse alimentare, magazine de produse industriale, restaurante-pensiune, restaurante-cantină, restaurante, bufete etc. Desfacerea mărfurilor industriale se poate organiza și într-un magazin universal. De asemenea, în cadrul centrului comercial de cartier se pot amplasa și unități de prestații de servicii (ceasornicării, boiangerii, ateliere de reparat încălțăminte, frizerii etc.).

În București se pot înființa centre comerciale raionale sau interraionale.

Centrul comercial principal al orașului se amplasează în centru sau pe arterele învecinate. El are sarcina de a asigura aprovizionarea întregii populații a orașului cu mărfuri de cerere mai rară, specială, ocazională, precum și aprovizionarea cu mărfuri a populației din alte localități învecinate sau în trecere prin orașele respective.

Pentru populația din centrul în care este amplasat, centrul comercial al orașului îndeplinește și funcția de centru comercial de cartier, precum și de complex comercial pentru grupul de locuințe.

Centrul comercial principal al orașului este alcătuit din următoarele feluri de unități:

— magazin alimentar general și magazine specializate alimentare;
— magazine de produse industriale specializate și strict specializate;
— mari unități de alimentație publică, precum și unități de alimentație publică specializate.

În localitățile cu peste 35 000 de locuitori se pot organiza magazine universale pentru desfacerea produselor industriale. Numărul complexelor comerciale și al centrelor comerciale se stabilește prin planurile de sistematizare ale orașelor, pe baza avizului Ministerului Comerțului.

2. UNELE LIPSURI CONSTATATE

În ceea ce privește realizările din ultimii ani se pot remarca progrese importante și numeroase succese obținute în proiectarea și executarea noilor unități comerciale.

Din analiza activității în acest domeniu se desprind însă și unele lipsuri, a căror semnalare o considerăm deosebit de necesară în vederea înlăturării lor rapide.

Astfel, în unele localități, ca de exemplu în București, Constanța, Cluj etc., nu s-a urmărit cu consecvență ca toate noile unități comerciale să fie proiectate și realizate ținîndu-se seama de noile forme de vînzare. Unele spații au apărut ca o rezultantă a suprafețelor libere rămase după execuția locuințelor, fără a se cunoaște din timp specificul magazinelor, iar în unele cazuri proiectanții au rezervat unele spații care greu se puteau adapta profilelor stabilite ulterior, alcătuite în lipsa temelor de proiectare sau a unor teme incomplete ori nedate la timp. Trebuie evidențiate rezultatele bune obținute de proiectanții care au realizat construcții dependente pentru unitățile comerciale, precum și soluțiile adoptate la proiectarea spațiilor comerciale sub forma unor legături între blocurile de locuințe. Exemple avem în București la blocurile din calea Griviței, la Galați, Eforie, Baia Mare etc.

Au fost cazuri în care, prin amplasarea de apartamente la parterul blocurilor, alături de sălile de vînzare ale magazinelor, nu s-a putut utiliza rațional spațiul, deoarece înălțimile sălilor de vînzare rezultau foarte mari (de exemplu, magazinele din piața Unirii din Iași, piața Mihai Viteazul din Cluj).

Această rezolvare a dus la realizarea unor mezanine cu înălțimi mici, ajungînd chiar la 2 m; în plus, trecerea totală a depozitelor de mînă la subsol, aduce cheltuieli suplimentare pentru montșarj, precum și supradimensionări care scumpesc în cele din urmă construcția. Au fost și cazuri (de exemplu, în regiunea Hunedoara, în regiunea Dobrogea etc.) în care s-a folosit un sistem constructiv cu ziduri portante mediane, care duce la un spațiu subdimensionat.

În privința instalațiilor, se constată că de multe ori ele sînt amplasate arbitrar, ducînd la dublări de pereți în momentul finisării; în unele cazuri, ca, de exemplu, la Constanța, instalații aparente strică aspectul interior, sau se execută instalațiile electrice fără a se ține seama de necesitățile tipului de magazin, ceea ce necesită completări.

Elementele de calorifer se montează uneori și pe pereții liberi, ceea ce creează probleme dificile la amplasarea mobilierului (de exemplu, la Suceava, Bacău, Giurgiu etc.).

În numeroase cazuri nu se acordă atenția cuvenită problemelor de ventilație, neprevăzîndu-se nici sisteme simple de ventilație naturală. Subsolurile sînt în general neluminate și ventilate, iar gurile de ventilare prevăzute sînt insuficiente.

Felul în care se rezolvă legătura pe verticală între subsol (depozit) și sala de vînzare trebuie de asemenea revăzut.

În unele cazuri se prevăd scări înguste (0,90 m) cu trepte balansate care nu permit introducerea mărfurilor în sala de vînzare. Cînd se prevăd montșarje, din diverse motive, în numeroase cazuri, nu se montează, ceea ce îngreunează desfășurarea unei activități normale în cadrul magazinului.

O serie de finisaje de slabă calitate contrastează neplăcut cu mobilierul, mult mai bine executat, placat cu mase plastice.

Vitrinele trebuie să asigure condiții pentru o vizionare optimă a mărfurilor expuse, precum și a interiorului magazinului; înălțimea parapetului nu trebuie să depășească 0,65 m.

Deseori aceste condiții nu sînt respectate și vitrinele nu sînt realizate în bune condiții.

O problemă care cere o urgentă rezolvare la vitrine este înlăturarea condensului de pe geam, asigurarea colectării apei provenite din condens, precum și găsirea unor soluții ca șprosurile să fie cît mai subțiri posibil.

În legătură cu fațadele magazinelor trebuie subliniat rolul important pe care îl au firmele. Spațiile rezervate acestor firme trebuie să asigure posibilitatea montării și vederii lor de la distanță.

Este necesară luarea de măsuri corespunzătoare prin secțiile comerciale și direcțiile de sistematizare, arhitectură și proiectare a construcțiilor din cadrul sfaturilor populare pentru ca aceste lipsuri să fie înlăturate. Ar fi utilă organizarea unor schimburi de experiență între regiuni, precum și specializarea, după posibilități, în cadrul fiecărui D.S.A.P.C., a unor arhitecți în problemele proiectării spațiilor comerciale.

Un rol important pentru activitatea colectivelor de proiectanți îl are realizarea de proiecte tip de unități comerciale și mobilier care să rezolve rapid și în bune condiții sarcinile de proiectare.

Considerăm că ar fi util să se realizeze în etapa actuală schimburi de documentații ale unor unități comerciale reușite, între diferite institute de proiectări. Menționăm că în cadrul I.S.C.A.S. și Institutului Proiect-București s-au realizat o serie de proiecte de unități comerciale care pot constitui un îndreptar prețios și pentru D.S.A.P.C.-urile regionale.

3. ASPECTE PRIVIND ESTETICA ÎN COMERȚ

Magazinele, pe lîngă rolul de a mijloci punerea la dispoziția consumatorilor a mărfurilor necesare, au și pe acela de a contribui, prin felul în care sînt concepute și realizate, la educarea bunului gust și a simțului estetic.

Dacă o expoziție este vizitată ocazional, magazinele constituie adevărate expoziții permanente. Prin rezolvarea vitrinelor, prezentarea mărfurilor la interior, aspectul mărfurilor etc., ele pot contribui substanțial la formarea gustului pentru frumos al miilor de «vizitatori» care se perindă zilnic prin fața vitrinelor sau rafturilor.

Crearea unei ambianțe plăcute, punerea în valoare a mărfurilor printr-un etalaj inteligent rezolvat, educarea gustului cumpărătorului prin alegerea și combinarea de culori armonioase sau alte elemente sînt probleme care merită toată atenția.

INTERIORUL MAGAZINELOR

De la început trebuie spus că există o preocupare permanentă a proiectanților în ceea ce privește amenajarea magazinelor, obținîndu-se rezultate frumoase, ca, de pildă, magazinele alimentare cu autoservire din București — «Unic», «Bitolia» — precum și cele realizate în centrul orașelor Bacău, Tg. Mureș, Constanța, Baia Mare etc.

Nu întotdeauna însă aceste rezultate sînt la înălțimea sarcinilor actuale. Astfel, în unele regiuni (Cluj, Dobrogea, Ploiești, Hunedoara etc.) se constată o lipsă de preocupare permanentă pentru obținerea unor spații corespunzătoare pentru comerț. Au fost proiectate săli de vînzare care au forme necorespunzătoare, înguste și foarte lungi (de exemplu, proiectul pentru magazinul universal de copii din Cluj), avînd un aspect de coridor. Este necesar să se realizeze săli de vînzare cu suprafețe echilibrate, care să funcționeze perfect și în același timp să bucure ochiul prin proporții armonioase. Cumpărătorul trebuie să se simtă bine în spații bine gîndite atît din punct de vedere funcțional, cît și plastic.

MOBILIERUL

Un element important, care contribuie la înfrumusețarea interiorului unui magazin, este și mobilierul.

Ceea ce caracterizează tipurile noi de mobilă este adaptarea lor la noile forme de vînzare (autoservire, expunere deschisă a mărfurilor), liniile simple și elegante, coloritul adecvat tipului de magazin, folosirea maselor plastice, a metalului cromat sau divers tratat și a sticlei.

Exemplele pozitive sînt nenumărate. Dintre acestea putem aminti mobilierul magazinelor alimentare cu autoservire, mobilierul unor unități comerciale din complexul de magazine sezoniere de la Eforie etc., care prin forma lor și culorile folosite dau un aspect plăcut magazinelor.

În sectorul de alimentație publică s-au obținut o serie de succese în realizarea mobilierului și a utilajului. La utilajul restaurantelor cu autoservire, bine conceput funcțional, s-a avut în vedere tratarea armonioasă a formelor și coloritului, ca de exemplu la restaurantul cu autoservire «Modern», cofetăria din cartierul Gării de Nord, extinderea restaurantului «Carpați» din Brașov etc.

La multe bufete s-au prevăzut mese placate cu materiale plastice divers colorate, care ajută la o ușoară și igienică întreținere, precum și la crearea unui aspect plăcut prin combinațiile de culori folosite.

Cu toate acestea s-au realizat și o serie de tipuri de mobilă care urmăresc o linie învechită, greoaie, neadaptate scopului pentru care au fost create; astfel, rafturi de lemn masiv, cu înălțimi exagerat de mari, ca la Cluj, la magazinul de produse electrotehnice și de fierărie din piața Mihai Viteazul, care nu prezintă proporții armonioase cu restul încăperii.

La unele magazine s-au executat rafturi și tonete de aceeași formă, indiferent de sortimentul de marfă care urmează a fi prezentat spre vînzare, în culori care nu pun în valoare mărfurile prin contrast și cu iluminări necorespunzătoare.

Un exemplu în această privință îl constituie mobilierul magazinului de țesături din București, b-dul 6 Martie, unde s-au realizat tejghele de forme învechite, inestetice, care nu permit folosirea formelor avansate de vînzare.

Nu se poate face o prezentare de expoziție cu mărfuri îngrămădite pe tejghele și în rafturi necorespunzătoare, cum este cazul magazinului de țesături deschis în blocurile noi din centrul orașului Ploiești sau în alte localități.

CULORI ȘI DECORAȚII INTERIOARE

O altă problemă deosebit de importantă pentru aspectul magazinelor o constituie *modul de folosire a culorilor în interior* și de realizare a *decorațiilor interioare* în funcție de tipul de magazin.

Pînă în prezent s-au făcut unele încercări de a se introduce culori în tratarea interioarelor, dar rezultatele nu au fost totdeauna cele scontate.

Un aspect plăcut, cu un colorit care să pună în valoare mărfurile expuse, gîndit și din punct de vedere psihologic, nu se poate realiza decît pe baza unui studiu temeinic.

În unele unități s-au folosit culorile cu totul întîmplător, fără a se ține seama de toate elementele care intră în compoziție și de efectele respective. Astfel, la reamenajarea restaurantului «Dunărea» din capitală, parterul a fost tratat într-o culoare albastră lipsită de intimitate, dînd o senzație de răceală, neliniște, care se accentuează prin iluminatul fluorescent cu tuburi albăstrui, fără grătare de dispersare a luminii. În felul acesta se schimbă atît aspectul. produselor, cît și coloritul fețelor oamenilor.

Sînt și cazuri în care culorile dau senzația de lucru neterminat; de exemplu, la restaurantul cu autoservire «Rapid» din piața 1848 din capitală, folosirea culorii galbene în suprafață foarte mare și fără nici o decorație dă senzația unui interior sărăcăcios.

Decorația încă nu-și ocupă locul cuvenit în tratarea interioarelor de magazine; realizarea unei decorații corespunzătoare poate contribui atît la crearea unui aspect plăcut, cît și la o publicitate eficientă. Atunci cînd sînt slab realizate, ele au însă o influență negativă, atît asupra promovării bunului gust, cît și asupra prezentării generale a magazinului.

În unele magazine, deși decorațiile au fost realizate de membri ai Fondului Plastic, o parte dintre lucrările acestora nu se ridică la o valoare corespunzătoare. De exemplu, la magazinul alimentar cu autoservire din b-dul 6 Martie nr. 85 s-a elaborat o decorație foarte încărcată, care nu ține seama de linia generală a tratării interiorului; de asemenea, materialele folosite nu asigură durabilitatea ei. Dacă anumite elemente de detaliu sînt reușite, ansamblul este slab realizat.

Realizarea unei decorații simple și sugestive, avînd un colorit armonizat cu restul interiorului (culorile pereților, plafonului, pardoselii, mobilierului, mărfurilor expuse etc.), precum și încadrarea în specificul unității respective sînt condiții indispensabile unei decorații reușite.

Problema armonizării interiorului unităților comerciale și crearea specificului magazinelor, ținînd seamă de tipul unităților, trebuie urmărită cu mai mult interes de arhitecți și decoratori, atît la spațiile noi, cît și la reamenajarea celor existente.

În acest sens, unele unități comerciale și-au cîștigat aprecieri deosebite prin realizarea unei tratări corespunzătoare. Bunăoară, magazinul alimentar cu autoservire « Unic » din București, deși are un mobilier care se găsește și în alte magazine, își are caracterul său, obținut prin proporțiile interiorului, prin rezolvarea plastică a plafonului, prin iluminatul combinat și decorativ, prin culorile folosite etc.

Se mai pot cita magazinul alimentar cu autoservire etalon de pe str. Kossuth din Cluj, magazinele din centrele orașelor Bacău, Tg. Mureș, Eforie, Mamaia etc.

ILUMINAREA

Un element care contribuie la agrementarea interiorului, pe lîngă rolul său utilitar, îl constituie *sistemul de iluminare*.

Pe lîngă importanța sa deosebită pentru crearea de condiții corespunzătoare în alegerea și vizionarea mărfurilor de către cumpărători, iluminarea poate crea — prin combinarea diverselor nuanțe de lumină fluorescentă și incandescentă — adevărate simfonii decorative.

Un bun iluminat nu trebuie să deformeze culorile mărfurilor expuse spre vînzare, ci trebuie să le pună în valoare.

Tipurile și montarea corpurilor de iluminat trebuie să fie astfel alese și executate încît să se armonizeze cu ansamblul interiorului unităților.

Exemplul restaurantului « Cișmigiu » din capitală dovedește că un număr prea mare de corpuri de iluminat dăunează aspectului general al interiorului și confortului și constituie o investiție nejustificată.

Problema iluminatului vitrinelor este foarte importantă; se tinde către un iluminat foarte puternic al vitrinelor, fără a se stabili necesarul în funcție de anumite criterii.

Sursa de lumină trebuie ascunsă ochiului, pentru a nu jena privirea. Este necesar să se realizeze un iluminat echilibrat, cu surse de lumină ascunse, cu nuanțe corespunzătoare sortimentelor de marfă expuse.

Se constată uneori o necorelare între iluminatul interior al unor magazine, cu cel exterior.

PREZENTAREA MĂRFURILOR

În ceea ce privește *prezentarea mărfurilor* în magazine, nu s-a ținut seamă totdeauna de faptul că aceasta trebuie să ajute, atît la punerea lor în valoare, cît și la realizarea unui interior atrăgător.

O aglomerare de mărfuri cu un colorit foarte variat și nearmonizat va strica aspectul magazinului.

Proiectanții trebuie să țină seamă de specificul magazinului, prevăzînd un colorit general corespunzător pentru a se obține o armonizare coloristică între marfa expusă și restul interiorului, ajutînd la realizarea unei adevărate expoziții.

Posibilitățile de etalare sînt practic nelimitate, ele fiind legate de inițiativa și gustul artistic al decoratorilor și al lucrătorilor din magazine, scopul urmărit fiind acela de a apropia cît mai mult marfa de cumpărător și de a-i pune în valoare calitățile.

De asemenea, etalarea trebuie să contribuie și la educarea bunului gust al cumpărătorilor. De exemplu, printr-o prezentare corespunzătoare a unei garnituri de mobilă, cumpărătorul are posibilitatea să primească indicațiile necesare ca să-și realizeze un interior unitar, plăcut și intim.

La magazinul de mobilă din piața Palatului R.P.R. acest lucru a fost realizat în mare măsură, obținîndu-se un interior interesant. Nu același lucru se poate spune despre magazinul « Căminul » din piața Amzei, unde prezentarea garniturilor de mobilă nu ajută la educarea bunului gust, ci dimpotrivă. De asemenea, în acest magazin prezentarea covoarelor sau a perdelelor se face sub orice critică.

Unele magazine frumos rezolvate în interior sînt urîțite de prezentarea necorespunzătoare a mărfurilor. Un exemplu îl constituie magazinul de prezentare « Delta Dunării », de pe b-dul 6 Martie, unde aspectul general reușit este stricat prin îngrămădirea de stive de cutii de conserve în jurul stîlpilor placați cu travertin, în fața traforurilor, pe tonete sau chiar pe pardoseală, creîndu-se depozite inestetice în spatele tonetelor.

ASPECTUL EXTERIOR AL MAGAZINELOR

Fațadele magazinelor pun probleme deosebite de plastică, contribuind într-o măsură însemnată la crearea unui aspect urbanistic interesant al străzii.

Noile realizări au scos la iveală calități deosebite în rezolvarea fațadelor unei serii de magazine de pe cal. Griviței din București sau din Bacău, Eforie etc.

Sînt și cazuri în care, datorită rezolvării arhitecturale necorespunzătoare, magazinele sînt ascunse, neluminate, cu vitrine necorespunzătoare și fără posibilitate de a se monta firme luminoase.

Elementul principal cu care vin în contact trecătorii de pe arterele de circulație îl constituie vitrina.

Prin mărfurile expuse, prin modul lor de etalare, prin bogăția culorilor, prin iluminatul corespunzător, vitrinele constituie permanente puncte de atracție pentru trecători, contribuind la informarea acestora asupra unităților și mărfurilor existente, precum și la educarea bunului gust.

În etapa actuală se merge pe linia amenajării de unități la care sala de vînzare să constituie un tot cu fațada, întreg magazinul devenind o vitrină.

Vitrina trebuie să fie subordonată informării publicului și să exprime abundența, dar nu prin supraîncărcarea cu mărfuri.

Trebuie alese mărfuri care să se preteze la realizarea unei compoziții unitare, care să nu neglijeze combinarea culorilor, realizarea de contraste, puncte de atracție etc.

Folosirea panourilor decorative — cînd acestea se ridică la un nivel corespunzător — contribuie în mod plăcut la realizarea unei vitrine interesante; graficienii Fondului Plastic ar putea să dea un ajutor eficient printr-o îndrumare a colectivelor de etalatori și prin rezolvări practice.

Pentru asigurarea unei bune vizibilități din exterior ar trebui rezolvate o serie de detalii tehnice care pînă în prezent nu au o soluționare corespunzătoare.

Neplăcut apar de foarte multe ori șprosurile care împart inestetic vitrinele. Este necesar să se găsească posibilitatea fabricării sticlei de dimensiunile cerute în mod curent de fațadele magazinelor.

În privința rezolvării prezentării vitrinelor trebuie arătat că s-au făcut serioase progrese.

Vitrinele unor magazine, ca, de exemplu, magazinul universal « Victoria » din București, « Romarta » sau vitrinele unor magazine din Brașov, Arad, Tg. Mureș, Cluj etc. confirmă aceasta.

FIRME ȘI RECLAME LUMINOASE

Probleme deosebite pun și *firmele și reclamele luminoase*, al căror scop este de a informa direct asupra obiectivului de comerț al unităților, precum și de a popopulariza produsele.

Prin gama de culori folosită, prin formele și proporțiile literelor, firmele luminoase contribuie la întregirea efectului plastic al magazinelor și al arterelor importante în timpul nopții.

Deși au fost realizate pînă acum o serie de firme luminoase mai reușite, este de menționat că pînă în prezent nu au fost găsite soluții corespunzătoare pentru producția unei game mai variate de culori din neon, de diverse forme de firme și de dispozitive de aprindere și stingere.

Din această cauză, pe unele artere principale din capitală și din provincie, firmele au un caracter monoton; în centrul orașului Cluj, cu excepția a două-trei firme, toate celelalte sînt în roșu și albastru.

În R.S. Cehoslovacă, R.D. Germană, R.P. Ungară, R.P. Polonă, numărul culorilor firmelor se ridică pînă la 42 (socotind totalitatea nuanțelor).

Totodată, trebuie găsite soluții constructive corespunzătoare pentru a înlătura aspectul neplăcut dat de montarea transformatoarelor.

Întreținerea firmelor este de asemenea o problemă importantă; datorită defecțiunilor, apar deseori cuvinte fără sens.

Din punctul de vedere al rezolvării plastice se constată că o proporție bună și un amplasament corespunzător al acestor firme ajută efectiv aspectului arterelor.

Există însă și unele exemple care denotă lipsa de gust în rezolvarea firmelor luminoase, ca, de pildă firma « Cadouri » de pe b-dul Magheru din București, care nici prin proporție, nici prin forma literelor sau prin colorit nu se ridică la un nivel corespunzător.

În privința numărului de firme luminoase se constată o rămînere în urmă. Pentru asigurarea realizării unor reclame luminoase pe arterele principale ale orașului București, propunem ca Sfatul Popular al Capitalei, prin Secția de arhitectură și sistematizare, să elaboreze un plan cu indicarea clădirilor și a modului de amplasare a firmelor pentru a se obține un efect unitar.

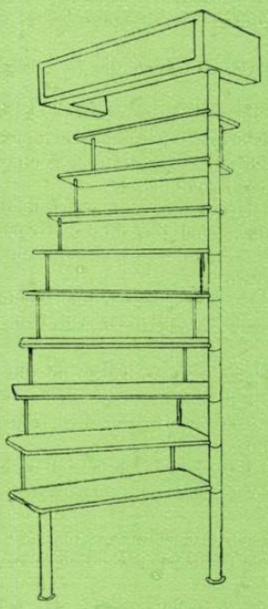
Firmele obișnuite, executate pe sticlă sau pe alt material, creează de multe ori un aspect neplăcut prin formă, culoare sau caracterul literelor folosite.

Rezolvări lipsite de bun gust găsim la firmele unor cooperative din capitală, firme « împodobite » cu diferite elemente decorative în combinații bizare de culori, ca de exemplu cooperativa « Soarele », « Fotografia populară », unele firme de cofetării sau bufete.

Se mai văd încă firme vechi, de tablă vopsită.

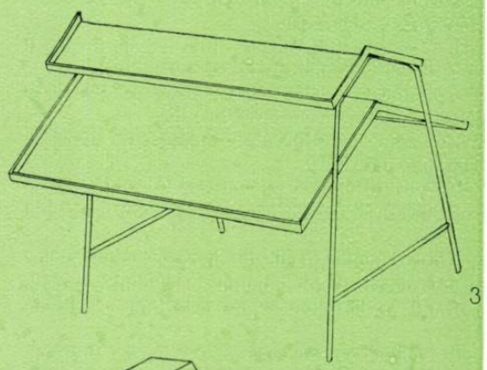
Ar fi necesar ca firmele de tablă sau sticlă să fie înlocuite cu litere reliefate, care pot avea un aspect plăcut, atît ziua, cît și noaptea, printr-o iluminare corespunzătoare; trebuie înlăturate firmele care, fiind pe aceeași fațadă, au o varietate supărătoare de forme, dimensiuni, materiale, culori.

În concluzie, trebuie evidențiată preocuparea tot mai accentuată pentru aspectul magazinelor. Față de sarcinile deosebite care stau în fața comerțului din punctul de vedere al rezolvării estetice corespunzătoare este necesar a se realiza o largă participare din partea arhitecților, artiștilor plastici, caselor de creație etc. la o dezbatere largă în presă, pentru aprofundarea și clarificarea diversității de probleme ce stau în fața realizatorilor din acest domeniu.



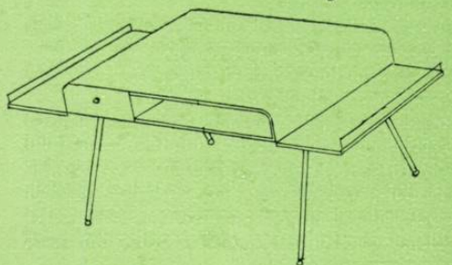
1

2



3

4



5

4. PROIECTAREA MOBILIERULUI LA MAGAZINELE DE PRODUSE INDUSTRIALE ÎN FUNCȚIE DE NOILE FORME DE VÎNZARE

În sectorul comerțului de produse industriale, noul îl constituie introducerea sistemului de vînzare pe baza expunerii deschise a mărfurilor în cadrul sălii de vînzare, permițînd alegerea liberă a acestora de către cumpărători, fără ajutorul direct al vînzătorului. Aceasta permite, de asemenea, eliberarea lucrătorilor din magazin de o serie de operații pe care le efectuau în condițiile comerțului cu tejghele: scoaterea din raft și prezentarea mărfurilor fiecărui cumpărător în parte, punerea lor la loc etc.

În felul acesta, vînzătorului îi revine sarcina de a îndruma pe cumpărători în alegerea mărfurilor, precum și de a elibera produsul.

Pe de altă parte, cumpărătorul nu mai este legat de capacitatea de servire a vînzătorului, reducîndu-i-se simțitor timpul pentru cumpărarea mărfurilor (avîndu-se în vedere faptul că timpul pentru alegerea mărfurilor reprezintă 60—80% din timpul efectuării unei cumpărături în sectorul de produse industriale).

Trebuie subliniat și faptul că prin introducerea sistemului de vînzare pe bază de expunere deschisă se poate realiza o folosire rațională a sălii de vînzare, deoarece expunerea se face în rafturi-expoziție și în standuri speciale chiar în cadrul sălii de vînzare. Cheltuielile necesare confecționării mobilierului sînt mai reduse, considerînd volumul desfacerii de mărfuri realizat pe metrul pătrat de sală de vînzare.

Prin această formă de vînzare se asigură deci accelerarea procesului de vînzare, reducerea investițiilor, a cheltuielilor de circulație etc.

Ținîndu-se seamă de avantajele evidente pe care sistemul de vînzare cu expunere deschisă a mărfurilor îl oferă, el a căpătat în ultimul timp o largă extindere în comerțul sovietic și în țările de democrație populară.

În țara noastră, unele magazine noi și unele dintre cele reamenajate au fost organizate pe baza expunerii deschise a mărfurilor.

Sistemul determină o schimbare în concepția proiectării mobilierului, precum și în ceea ce privește amplasarea acestuia în cadrul sălii de vînzare. Proiectarea mobilierului trebuie să se facă ținîndu-se seamă de tipul unității, precum și de sortimentul de marfă ce urmează a se desface.

Avînd în vedere noutatea acestui sistem de vînzare, prezentăm unele aspecte ale realizării mobilierului pentru magazinele de țesături, încălțăminte și confecții.

1. MOBILIER PENTRU MAGAZINE DE ȚESĂTURI

La magazinele de țesături, cumpărătorii consultă și aleg mărfurile care sînt expuse liber în rafturi și gondole. După alegere, ei se adresează vînzătorului, care întocmește bonul și efectuează tăierea metrajului pe o masă specială.

Achitarea cumpărăturii se poate face direct la vînzător, în care caz este necesar un aparat de casă la fiecare loc de muncă, sau la casă, unde se și ambalează mărfurile achitate.

Mobilierul necesar trebuie studiat în funcție de sortimentul de marfă: țesăturile de lînă și bumbac vor avea un tip de mobilier cu gabarite specifice furnizării acestor țesături care au baloturi cu lungimea de 0,70 m, în timp ce țesăturile de mătase se prezintă în majoritatea cazurilor în suluri de 0,70-1,10 m lungime; raftul pentru țesături de lînă (fig. 1) trebuie astfel conceput încît să pună în valoare fiecare balot de marfă în parte.

Un sistem mult folosit în R. S. Cehoslovacă este prezentarea elicoidală, care asigură o ușoară conducere a privirii cumpărătorului, o iluminare locală corespunzătoare și ușurință în manipularea baloturilor.

Polițele sînt reglabile, înălțimea ultimei trebuind să fie de maximum 1,75 m, pentru o ușoară cercetare, fără a se lua mărfurile de pe poliță. Dimensiunile poliței sînt de minimum 0,70 m lungime și 0,40 m lățime.

Fiecare poliță transmite următoarei greutatea prin două picioruțe care servesc totodată și ca opritori pentru baloturi.

Înălțimea totală nu trebuie să depășească 2,20 m. La această limită se montează tubul fluorescent mascat cu sticlă mată pentru iluminarea locală.

Rafturile sînt realizate din tronsoane metalice cromate sau vopsite.

Pentru țesăturile de mătase prezentate în suluri trebuie executat un mobilier aparte. Figura 2 înfățișează un tronson de raft de perete cu înălțimea totală de maximum 2,20 m, prevăzut cu iluminare locală la partea superioară.

Polițele au o lățime de minimum 0,90 m și vor fi prevăzute cu opritori; numărul lor este de minimum trei.

Înclinarea lor variază în funcție de raza vizuală care este bine a se apropia de 90° față de înclinarea poliței.

Ele se pot executa din metal cromat sau vopsit și masă plastică; suporții pot fi executați și din lemn placat cu masă plastică.

Pentru sistemul de vînzare cu expunerea deschisă, presupunînd amplasarea mobilierului și în restul sălii de vînzare, trebuie proiectate tipuri de mobilier care să permită o bună vizibilitate asupra întregii săli de vînzare și în același timp să prezinte mărfurile cît mai comod pentru cumpărături. Această cerință se realizează prin dimensionarea mobilierului, precum și prin modul lui de amplasare. La amplasare trebuie să se asigure și posibilitatea de supraveghere ușoară de către vînzători.

În figura 3 se prezintă un tip de gondolă cu două rînduri de polițe pentru țesături de mătase; lățimile minime sînt de 0,45 m pentru poliția superioară și 0,90 m pentru cea inferioară; înălțimea totală nu trebuie să depășească 1,50 m pentru acest tip de mobilier.

La această gondolă se poate prevedea și un sistem de iluminare locală legat de mobilier sau aplicat pe plafon și dirijat către marfa expusă.

Pentru țesături de mătase sau de lînă se poate folosi tipul de mobilier prezentat în figura 4. Pe acest mobilier se poate măsura și tăia materialul, gabaritele fiind următoarele: lățimea cca. 0,90 m, lungimea cca. 2,0 m, înălțimea 0,90 m.

Pentru măsurarea și tăierea metrajelor expuse în rafturi sau gondole trebuie prevăzute mese speciale.

6

7

În figura 5 se prezintă un tip de astfel de masă care permite amplasarea balotului, asigură o zonă pentru măsurare de cca. 1,20 m și un spațiu pentru materialul tăiat. Elementele laterale pot fi rabatabile. Se mai prevede un spațiu pentru hîrtie de ambalaj și un sertar pentru ustensile. Înălțimea optimă este de 0,85—0,90 m.

Afară de piesele prezentate, în cadrul unui magazin de textile se mai pot prevedea suporți pentru expunerea de expoziție a țesăturilor, casă-ambalaj, raft și un mic tonet pentru furnituri.

2. MOBILIER PENTRU MAGAZINE DE ÎNCĂLȚĂMINTE

În sala de vînzare a magazinului de încălțăminte se expun mostre de încălțăminte — cîte un exemplar de fiecare model și culoare — stocul curent de vînzare putîndu-se afla, fie într-un depozit din imediata apropiere, fie la partea inferioară sau în spatele raftului-vitrină.

Cumpărătorul își alege modelul preferat din cele expuse și se adresează vînzătorului, care îi aduce încălțămintea cerută spre probare.

Probarea se face cu ajutorul vînzătorului pe scaune speciale de probă, amplasate la o distanță de cca. 2 m de rafturile-vitrină.

Achitarea mărfurilor se poate face, fie direct la vînzător, fie la o casă special amenajată, unde se găsește și ambalajul.

Figura 6 reprezintă o rezolvare a prezentării mostrelor, stocul de marfă fiind într-un depozit alăturat.

Și în acest caz poliţele sînt de sticlă, rezemate pe console metalice cromate, cu posibilități de reglare.

La partea inferioară se prevăd o oglindă și cîte un blat mobil pentru păstrarea cutiei de ambalaj în timpul probării încălțămintei. Înălțimea ultimei poliţe nu va depăși 1,65 m, iar înălțimea totală 2,20 m. Lățimea va fi de cca. 0,40 m.

Se va asigura o iluminare locală. Rucvandul raftului se poate realiza cu oglinzi de calitate superioară sau cu masă plastică.

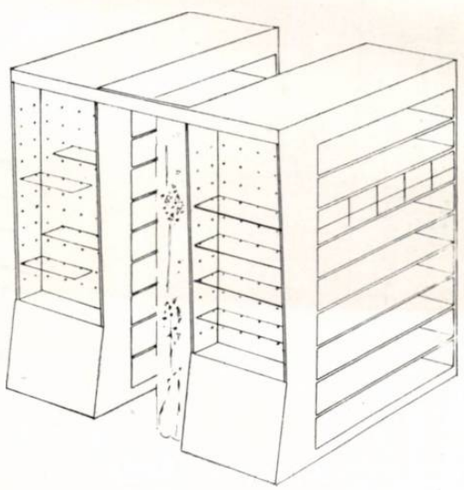
Distanța dintre consolele tronsoanelor va fi de cca. 0,80 m.

În figura 7 prezentăm un tip de mobilier care oferă posibilitatea prezentării mostrelor la partea superioară, în vitrină, depozitarea curentă făcîndu-se la partea inferioară. Aprovizionarea depozitului se poate face prin spatele raftului. Materiale folosite: metal cromat sau vopsit, lemn, masă plastică și sticlă.

Gabaritele se vor încadra în cele prezentate la celelalte tipuri.

În figura 8 se prezintă un tip de raft-expoziție pentru mostre, avînd în spate locul pentru depozitarea curentă a modelelor prezentate.

8



Este bine ca raftul-expoziție să aibă pînă la 0,65 m de la pardoseală o oglindă înclinată pentru uzul cumpărătorilor. Spațiul rezervat prezentării modelelor trebuie astfel conceput încît să permită prezentarea numerelor mai mari sus, iar a celor mai mici jos, permițînd o ușoară vizionare; înălțimea ultimei poliţe este bine să nu depășească 1,65 m. Poliţele trebuie executate din sticlă și să fie reglabile. Înălțimea totală: maximum 2,20 m.

La partea superioară se prevede un iluminat local, dar nu indirect, din spate, pentru a nu deazavantaja obiectul expus. Spatele vitrinei se poate realiza din masă plastică colorată, pentru a permite punerea în valoare a diverselor modele și culori de încălțăminte.

Lățimea unui tronson trebuie să fie de cca. 0,60 m, iar distanța între două tronsoane de cca. 0,60 m prevăzută cu o draperie.

Mobilierul necesar magazinului de încălțăminte cu vînzare pe bază de mostre se completează cu scaune de probă, suporturi pentru picior, oglinzi pentru probă, ambalaj prevăzut cu spațiu pentru vînzarea accesoriilor, vitrine interioare pentru expoziție.

O menţiune specială pentru scaunele de probă, care trebuie proiectate separat pentru copii și adulți.

3. MOBILIER PENTRU MAGAZINE DE CONFECȚII

La acest tip de magazin, mărfurile sînt expuse liber în cadrul sălii de vînzare, pe suporturi speciale de perete sau în mijlocul sălii, nemaiexistînd tejghele. Cumpărătorul consultă și își alege confecțiile dorite, după care se adresează vînzătorului, care scoate marfa de pe suportul respectiv și-l ajută pe cumpărător s-o probeze în cabine special amenajate; aceste cabine trebuie amplasate în raza de deservire a vînzătorului, pentru a permite o ușoară supraveghere a produselor expuse.

Achitarea produselor se face la o casă specială, unde se găsește și ambalajul.

În figura 9 se prezintă un tip de suport special pentru perete, care permite prezentarea confecțiilor paralel cu peretele. Expunerea se face pe console zimțate, reglabile, permițînd expunerea paltoanelor, pardesiurilor sau a costumelor.

Partea superioară se acoperă cu sticlă sau masă plastică, pentru a proteja pe cît posibil confecțiile de praf. Se poate prevedea și un dispozitiv pentru acoperirea totală a confecțiilor în timpul curățeniei.

Peretele se va placa cu masă plastică (gutiplast) pentru protecția confecțiilor.

Înălțimea totală ajunge la cca. 2,10 m, iar adîncimea la cca. 0,60 m.

După cum se poate observa, acesta este un tip de mobilier foarte simplu și mai puțin costisitor, permițînd în același timp expunerea cît mai vizibilă a confecțiilor.

Pentru expunere se poate folosi și sistemul expunerii confectiilor perpendicular pe perete, în care caz sînt necesare bare orizontale reglabile.

Avînd în vedere necesitatea folosirii întregii suprafețe a sălii de vînzare, prezentăm cîteva tipuri de stendere executate din metal cromat sau vopsit și sticlă.

În figura 10 se vede un stender simplu pentru paltoane, pardesiuri, rochii etc., avînd înălțimea de 1,30 m, iar lungimea de cca. 1,50 m.

În figura 11 prezentăm un suport dublu pentru paltoane, pardesiuri etc., prevăzut cu oglindă la un capăt și cu console pentru confecțiile scoase spre probare. Înălțimea este de 1,30 m.

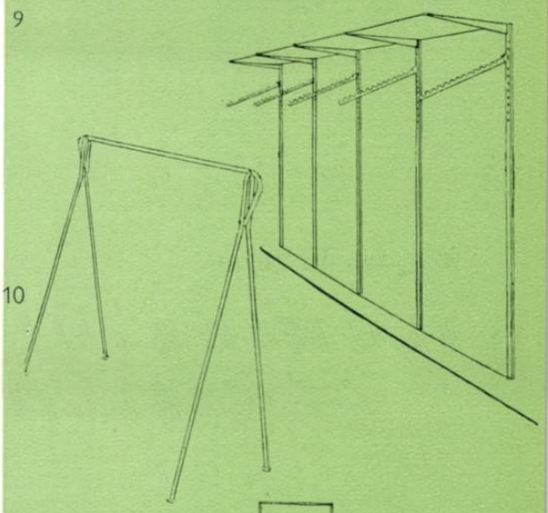
Figura 12 reprezintă un suport pentru confecții care cer o protecție specială, prevăzut cu sticlă la partea superioară, în spate și la partea inferioară.

În felul acesta, confecțiile pot fi văzute pe toate laturile, dar se iau numai prin partea deschisă. La partea superioară se prevede luminare locală. Gabaritele orientative sînt următoarele: înălțimea cca. 1,90 m, lățimea cca. 0,70 m, lungimea cca. 1,70 m.

Pentru sacouri trebuie proiectat un mobilier de înălțime mai mică (fig. 13); înălțimea nu trebuie să depășească 1,20 m. Partea superioară se acoperă cu sticlă, pentru a feri de praf confecțiile.

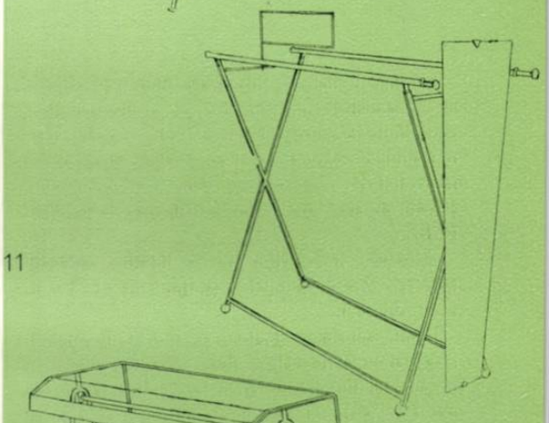
Pentru paltoane, sacouri, fuste se poate folosi tipul de mobilier prezentat în figura 14. Înălțimea poate varia între 1,30 și 1,70 m; diametrul părții superioare este de cca. 1,00 m.

9

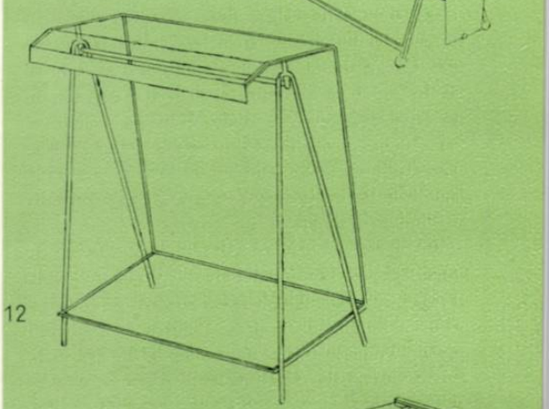


10

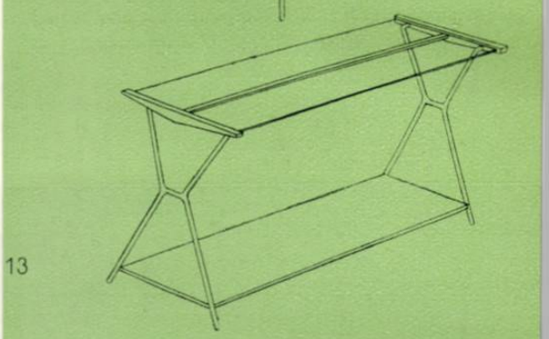
11



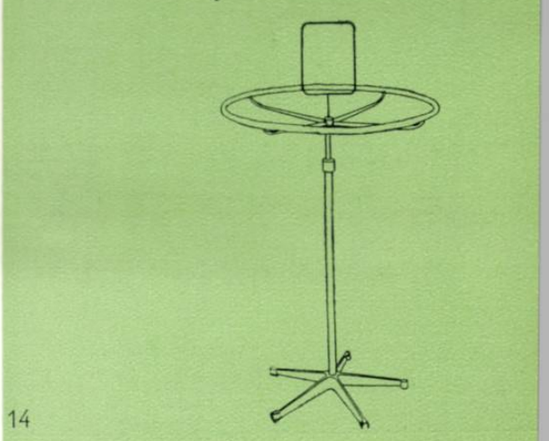
12



13

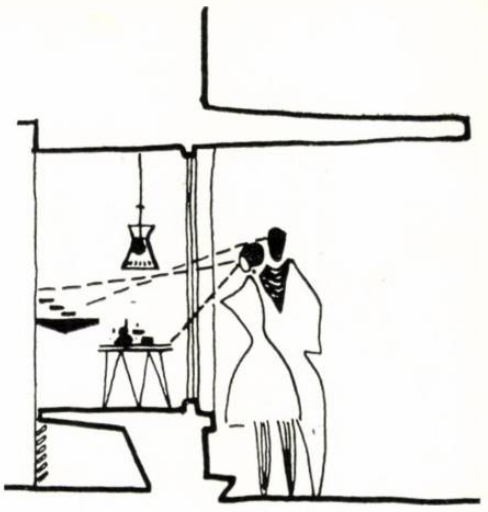


14



Ing. Al. Băilescu

ILUMINATUL ARTIFICIAL AL MAGAZINELOR



Vitrină cu lumină incandescentă dirijată pe obiecte

Lumina judicios utilizată și bine repartizată, atît în cuprinsul magazinelor, cît și al vitrinelor, contribuie la succesul comerțului, datorită elementului de atracție ce-l constituie, accentuării impresiei de bună calitate a mărfurilor, precum și prin crearea unei atmosfere favorabile cumpărării.

Așezarea mărfurilor într-o lumină corectă mărește efectul publicitar și influențează rezultatele vînzării.

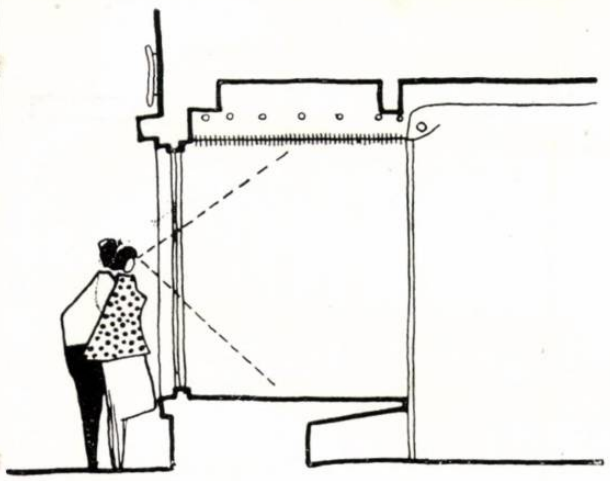
Iluminatul magazinelor comportă iluminatul încăperilor și locurilor unde are loc vînzarea, precum și iluminatul vitrinelor și intrărilor. La exterior, o iluminare bine concepută trebuie să se înscrie în arhitectura clădirii și a străzii ; în interior, ea trebuie să asigure o ușoară examinare a localului și o vizibilitate bună a obiectelor expuse. Condițiile esențiale pentru atingerea acestui scop sînt justa utilizare a contrastelor și larga variație a luminozităților.

Iluminarea interioară a localului de vînzare se poate realiza folosind iluminatul direct sau indirect, cu surse de lumină incandescente sau fluorescente. Iluminatul indirect fiind mai costisitor decît iluminatul direct (aproximativ de trei ori), atît ca investiție, cît și ca exploatare, se adoptă numai atunci cînd sînt în cauză magazine de lux, cu amenajări pretențioase. În cazurile curente se adoptă iluminatul direct difuz obținut de la izvoare de lumină dispuse uniform pe tavanul încăperii și acoperite cu grătare sau plăci de material plastic difuzant. Acest mod de iluminare este suficient singur atunci cînd mărfurile nu trebuie examinate bucată cu bucată sau cînd sînt preambalate. Pentru mărfurile ce trebuie examinate la cumpărare, cum ar fi, de exemplu, alimentele sau stofele, este necesar să se prevadă și un iluminat local al meselor de vînzare și al vitrinelor de expunere.

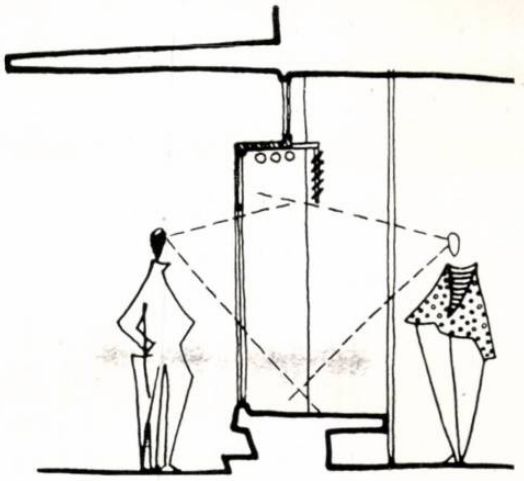
La iluminatul magazinelor se folosește azi din ce în ce mai mult lumina fluorescentă, cea incandescentă rămînînd a fi utilizată pentru magazine de importanță mai mică sau situate în localități și pe artere de circulație secundare. Iluminatul incandescent mai rămîne preferabil pentru localurile de consum, cum sînt restaurantele și cofetăriile, întrucît cu ajutorul acestuia se poate crea o ambianță mai plăcută, datorită tonului său cald.

Atunci cînd se adoptă iluminatul fluorescent trebuie dată o foarte mare atenție spectrului luminii, deoarece acesta are o deosebită importanță asupra prezentării mărfurilor și asupra ambianței localului. Nuanțele de lumină date de lămpile fluorescente fabricate în țara noastră se situează printre cele mai plăcute existente azi. Lămpile fluorescente romînești se produc în nuanțele alb lumina zilei EE, alb CC, alb de lux CD, alb cald de lux CB și alb cald Bl. Dintre acestea, nuanțele cele mai indicate a fi utilizate pentru iluminatul magazinelor sînt cele « de lux ». Pentru localurile de consum, cum sînt restaurantele și cofetăriile, pentru magazine alimentare și măcelării, atunci cînd se impune sau apare necesară utilizarea luminii fluorescente din motive de ordin plastic, se vor utiliza nuanțele « alb cald de lux » sau « alb cald ». Nuanța « alb cald de lux » se va folosi și pentru magazinele în care se vînd bijuterii și ceasornice, întrucît această lumină pune mai bine în valoare aceste mărfuri. Nuanța « alb de lux » poate fi utilizată în toate felurile de magazine, cu orice destinație. Nuanța « alb » poate fi folosită la magazinele de mobilă, sticlărie, porțelanuri, la librării și papetării, precum și la magazinele cu articole de menaj și fierărie. Nuanța « alb lumina zilei » nu se utilizează pentru iluminatul magazinelor decît numai în cazuri anumite și în combinație cu alte nuanțe atunci sînd se fac amenajări speciale pentru vînzarea articolelor de îmbrăcăminte.

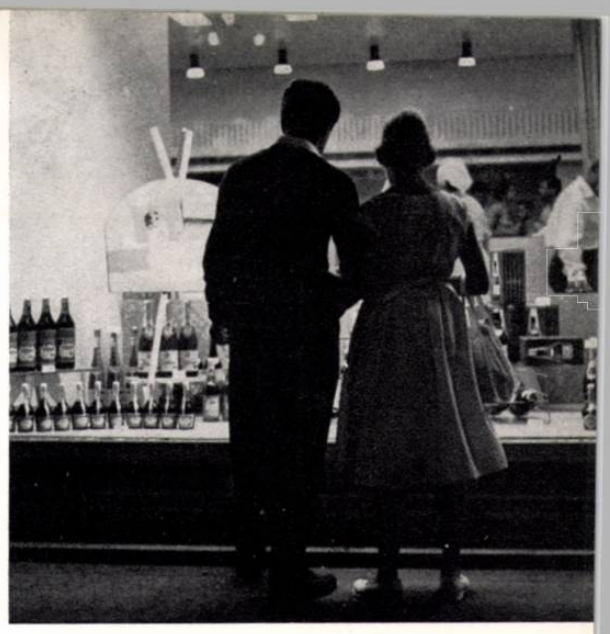
În ceea ce privește nivelul de iluminare generală a magazinelor, se vor adopta valori cuprinse între 70 și 150 lucși în cazul iluminatului incan-

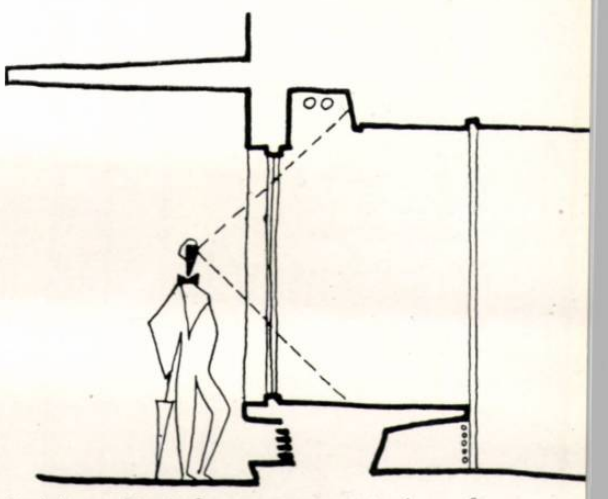


Vitrine adînci, luminate prin plafon luminos cu lămpi fluorescente

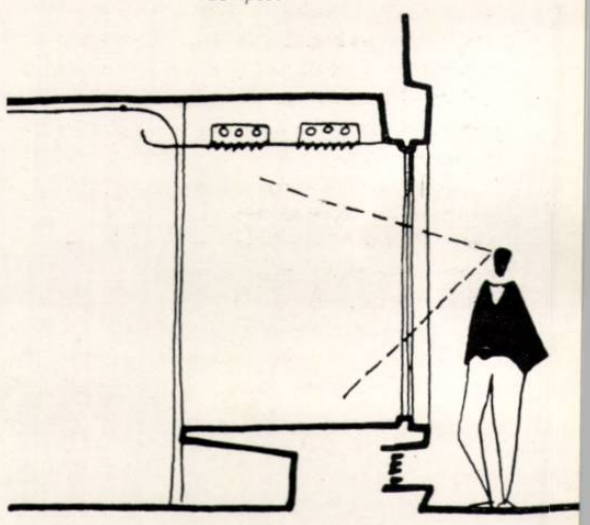


Vitrină cu lămpi fluorescente dispuse pentru a lumina concomitent și o firmă la partea superioară a vitrinei



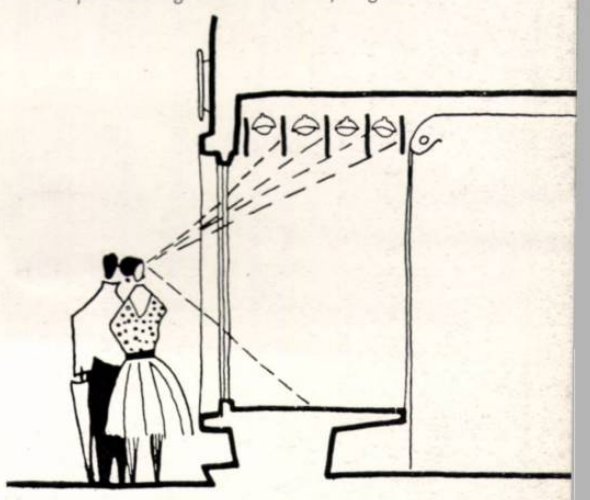


Vitrină cu lămpi fluorescente montate în scafe de ipsos



Vitrină cu lămpi fluorescente montate în cupe cu lamele de cristal sau sticlă organică

Vitrină cu casete din lamele opace, eclipsate, cu reflectoare oglindate sau lămpi oglindate



descent și valori cuprinse între 200 și 500 lucși pentru iluminatul fluorescent. Valorile nivelului de iluminare se aleg în raport cu destinația și așezarea magazinului.

Pentru magazinele în care, prin destinația lor, este necesar să se prevadă și iluminatul locurilor de vînzare, adică la acele magazine unde se face examinarea mărfurilor ce se cumpără, iluminatul general poate avea valori mai mici decît cele indicate mai sus. Nivelul de iluminare local trebuie însă să atingă valori de cel puțin trei ori mai mari decît cel al iluminatului general. Cînd trebuie deosebite culorile mărfurilor, cum este cazul articolelor de îmbrăcăminte și alimentare, apare necesar un iluminat local de nivel mai ridicat, obținut de la surse de lumină fluorescentă de nuanță standard corespunzătoare sau din amestec de nuanțe.

Pentru iluminatul local pot fi folosite și surse incandescente, chiar dacă magazinul este iluminat fluorescent. În acest caz, dispunerea lămpilor va fi astfel făcută încît pe mărfuri să nu apară diferența de culoare a surselor de lumină. Lumina incandescentă se impune atunci cînd lumina dirijată apare necesară pentru a pune mai bine în valoare mărfurile ce se vînd, cum ar fi, de exemplu, cazul obiectelor lucioase.

La iluminatul local mai trebuie avută în vedere și uniformitatea iluminării pe planul util. Pentru a obține acest rezultat, distanța între sursele de lumină nu va depăși 1/2—1/3 din înălțimea măsurată de la suprafața luminată la surse.

O altă parte importantă a magazinelor, prin rolul pe care-l are în succesul comerțului, este vitrina. Modul în care aceasta este alcătuită și luminată trebuie să constituie un element de atracție și de punere în valoare a mărfurilor expuse. Spre deosebire de magazinul propriu-zis, pentru vitrine intră în cauză numai iluminatul mărfurilor expuse. La iluminatul vitrinelor trebuie asigurat un nivel ridicat de iluminare, aproximativ de trei ori mai mare decît cel stabilit pentru interiorul magazinului, o lumină corespunzătoare efectului celui mai convenabil după natura mărfurilor expuse, o nuanță corectă și evitarea orbirii directe sau prin reflexie.

Nivelul de iluminare ales depinde, în primul rînd, de artera de circulație pe care se află situat magazinul, de nivelul la care sînt iluminate vitrinele învecinate, de natura luminii cu care va fi iluminată vitrina, precum și de felul mărfurilor ce vor fi expuse. Dacă culoarea mărfurilor expuse poate varia în timp, nivelul de iluminare se stabilește pentru cele de culoarea cea mai închisă, instalația fiind astfel amenajată, încît nivelul de iluminare să poată fi adaptat în raport cu alcătuirea vitrinei.

Atît din motive economice, cît și pentru ușurința de a obține efectul corespunzător în raport cu mărfurile expuse, la iluminatul vitrinelor se utilizează mai mult lumina directă, difuză sau dirijată, ori ambele deodată, după caz. Lumina difuză se obține mai ușor cu ajutorul lămpilor fluorescente, iar lumina dirijată cu ajutorul lămpilor incandescente montate în reflectoare oglindate sau reflectoare cu lentilă similare celor folosite în teatru.

Lumina difuză convine articolelor de îmbrăcăminte, textile, de papetărie și cofetărie, precum și pentru articolele a căror formă trebuie pusă în evidență, cum sînt, de exemplu, mobilele.

Lumina dirijată este recomandată pentru vitrinele în care se expun obiecte lucioase sau cu suprafața netedă, întrucît aceasta, făcîndu-le să strălucească, le pune mai bine în valoare. În această categorie intră articolele din metale prețioase, cele de cristal, piele etc.

Alegerea corectă a nuanței luminii are de asemenea o importanță deosebită pentru prezentarea avantajoasă a mărfurilor expuse. Spre exemplu, textilele în tonuri calde trebuie expuse la lumină incandescentă sau lumină fluorescentă cu spectrul « alb cald », în timp ce pentru textilele de culoare rece este indicată lumina fluorescentă « alb de lux ». Vitrinele cu blănuri vor fi iluminate cu lumină fluorescentă « alb lumina zilei », iar la vitrinele unde trebuie accentuat contrastul dintre culori, cum este cazul florăriilor, se recomandă o combinație între nuanțele de lumină fluorescentă « alb lumina zilei » și « alb cald ».

Efecte luminoase deosebite pot fi obținute folosind lumina colorată pentru iluminatul total sau parțial al vitrinei, iluminatul prin transparență, și iluminatul puternic pe obiect, cu ajutorul proiectoarelor de dimensiuni mici, construite special pentru acest scop.

Oricum ar fi luminată o vitrină, sursele de lumină trebuie ascunse privirii directe, atît pentru persoanele care se uită la vitrină, cît și pentru cele care circulă pe trotuar sau în vehicule.

BIBLIOGRAFIE

Joh. Jansen : Technique de l'éclairage.

Stroebel și Sauer : Schaufensterbeleuchtung, Baumeister, 1, 1959.

S. Zwikker : Éclairage fluorescent.

COFETĂRIA-BRASERIE «UNION»

Autor, arh. Suren Harutunian
I.S.C.A.S.

Blocul turn din cadrul complexului noii piețe a Palatului R.P.R. găzduiește la parterul și mezaninul său o unitate comercială formată din cofetărie, bar, braserie, ce poartă numele « Union », amintind de vechiul local cu același nume, care era situat cîndva pe acest amplasament.

Unitatea comercială este compusă din două funcțiuni principale, și anume: localul pentru deservirea publicului, care se înscrie în perimetrul blocului, și partea rezervată anexelor aferente (depozite, laboratoare, preparări etc.) înglobate într-o construcție separată, adosată lui.

La parter, un portic dezvoltat pe cele două laturi îndreptate spre piață dă acces, pe lîngă intrarea în holul blocului de locuințe, și la cele două magazine: cofetărie și bar. Prin bar se face și accesul la braseria ce se găsește la nivelul mezaninului.

Sala braseriei are o capacitate de cca. 200 de consumatori.

La un nivel intermediar, între parter și mezanin, s-a creat o supantă parțială, destinată serviciilor anexe pentru public (telefon, garderobă etc.).

Atît magazinele de la parter, cît și braseria de la mezanin, sînt legate, prin intermediul unor oficii, cu serviciile din clădirea alăturată.

Această clădire anexă, cu intrare separată pentru accesul personalului de serviciu și al alimentelor, are următoarea dispoziție pe niveluri:

la subsol — încăperile destinate depozitelor (obișnuite și frigorifice), instalațiile de ventilație etc.;

la nivelul parterului — grupul social;

la nivelul 1 — laboratoarele cofetăriei;

la nivelul 2 — preparările pentru braserie.

Sistemul constructiv întrebuințat în construcția blocului este cu diafragme de beton armat.

S-a urmărit, încă de la începutul proiectării, o detașare a masei compacte pe care o formau nivelurile de locuit, adoptînd pentru parterul și mezaninul construcției un sistem elastic pe stîlpi, care face trecerea între subsol și etajele 1—15.

1

2

1-2—*Sala braseriei — Vederi interioare*

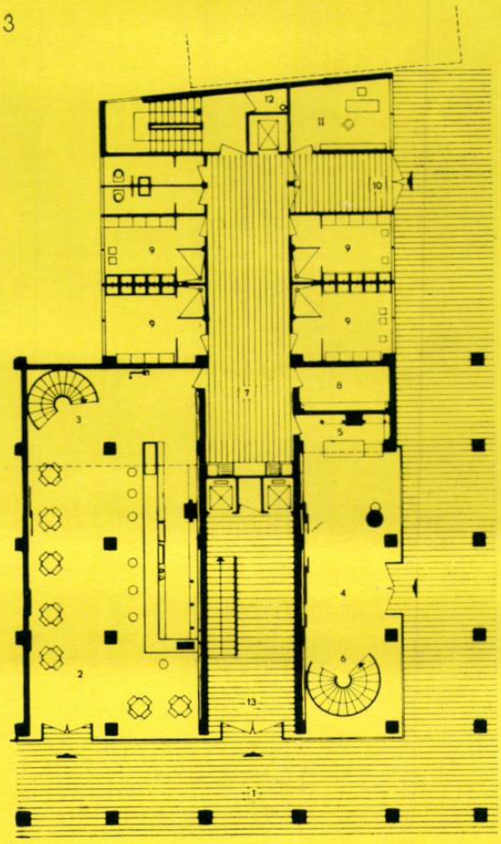
3—*Plan parter*

1. Portic — 2. Bar — 3. Scară de acces, suptană şi braserie — 4. Cofetărie — 5. Nişe vînzare — 6. Scară braserie—7. Circulaţie serviciu—8. Depozit 9. Vestiar, duşuri — 10. Intrare de serviciu—11. Birou expediţie—12. Depozit 13. Hol bloc de locuinţe

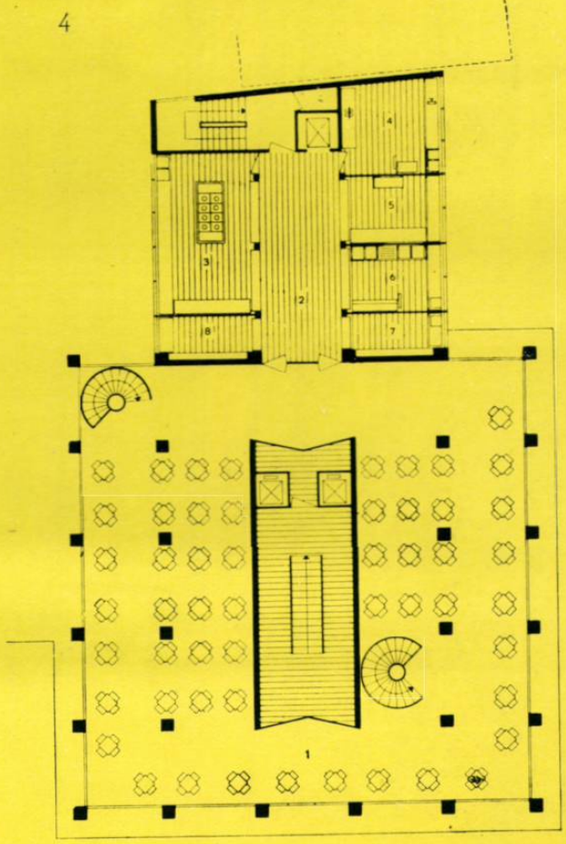
4—*Plan mezanin*

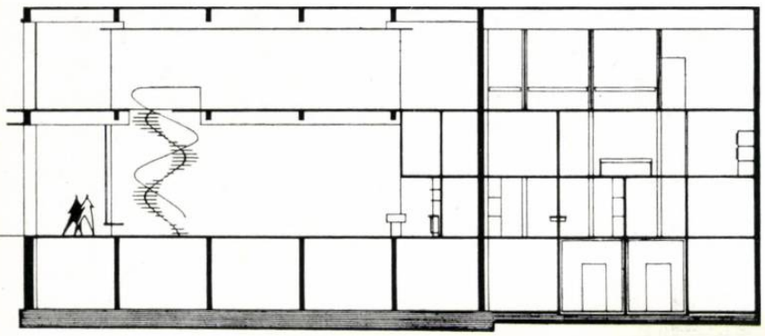
1. Sala braseriei — 2. Oficiu — 3. Bucătărie caldă — 4. Bucătărie rece — 5. Bar 6. Spălător vase — 7. Bufet cofetărie preparare cafea — 8. Bufet

3

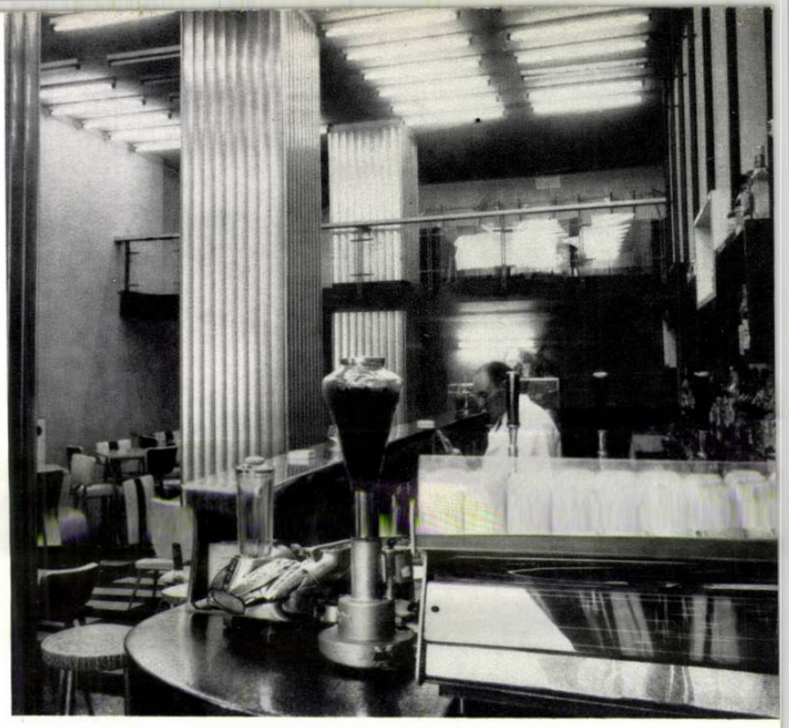


4





1



2

1 — Secțiune transversală
2 — Vederea barului
3 — Scara de acces spre braserie
4 — Plan supantă

1. Vestiar — 2. W.C. — 3. Telefon — 4. — Cofetărie — 5. Cameră cuptoare
6. Șef laborator — 7. Spălător vase — 8. Depozit frigorific

3

Înlocuirea diafragmelor prin stîlpi a creat spațialitatea necesară nivelurilor destinate publicului, obținînd o vitrare totală și deci o participare a magazinelor la piață.

Pentru a pune în valoare elementele spațiale constructive (stîlpi, scări etc.), suprafețe mari, colorate, au format ecrane pe care se proiectează acestea.

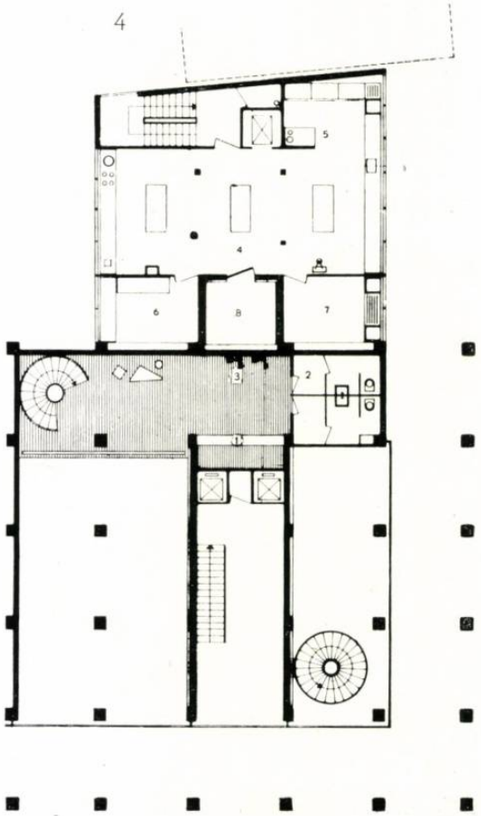
Ca finisaje s-au folosit materiale noi: aluminiu eloxat la îmbrăcarea stîlpilor, materiale plastice — melacart și buflon — la placarea pereților și plăci de colovinil la pardoseli.

Iluminarea la parter s-a realizat cu un cîmp unitar de lumină fluorescentă ce intră din porticuri în magazine.

La mezanin s-a folosit un amestec de lumină incandescentă și fluorescentă, oferind astfel o luminație mai caldă.

Arh. S. HARUTUNIAN

4



CAFE-BAR «UNIC»

Autor, arh. D. Dîrzu
Oficiul de comerț general — I.H.R. Lido

Barul « Unic » face parte din categoria unităților etalon realizate de Ministerul Comerțului pentru prezentarea sistemelor noi de servire și funcțiune comercială.

Barul de zi, ca program, își face din ce în ce mai mult loc atît în capitală, cît și în celelalte orașe ale țării; el va deveni și mai frecvent în viitor, fiind din ce în ce mai solicitat de masa de consumatori.

Localul, realizat la intersecția b-dului N. Bălcescu cu str. C. A. Rosetti, are suprafața utilă de 95,00 m², suprafața comercială fiind de 70,10 m².

La acest local s-a urmărit ca pe lîngă introducerea unui sistem nou de servire a consumatorilor (vînzarea vinurilor la pahar, cu servire la bar și la mese, sortimente noi de gustări etc.) să se facă și prezentarea vinurilor noastre superioare premiate și medaliate.

La rezolvarea sălii de consumație a trebuit să se țină seamă de structura alveolară generată de dispoziția elementelor de rezistență.

Fațada localului a necesitat o serie de modificări, prezentîndu-se foarte frămîntată, cu o serie de vitrine închise spre interior și cu două intrări. Astfel, vitrinele au fost mărite și s-a păstrat o singură intrare. La partea superioară a vitrinelor de colț s-a montat o friză din lamele de cristal. Cu ajutorul acestor lamele se realizează ventilarea localului pe timpul sezonului mai cald, lamelele fiind mobile și ușor de manevrat; totodată, ele unifică vitrinele și creează o oprire de colț a frizei negre a vitrinelor de pe întreg parterul blocului.

În ceea ce privește decorația interioară și mobilierul, s-a căutat o tratare decorativă modernă cu grefarea unor elemente decorative de tradiție românească.

Vindfangul, realizat din plexiglas colorat în cuptorul de polimerizare, are tratată latura opusă intrării ca un vitrou realizat din plexiglas colorat, reprezentînd scene legate de viticultură.

La pardoseala de marmură, inspirată din covoarele oltenești, s-au folosit două motive decorative colorate dispuse ritmic pe cîmp alb.

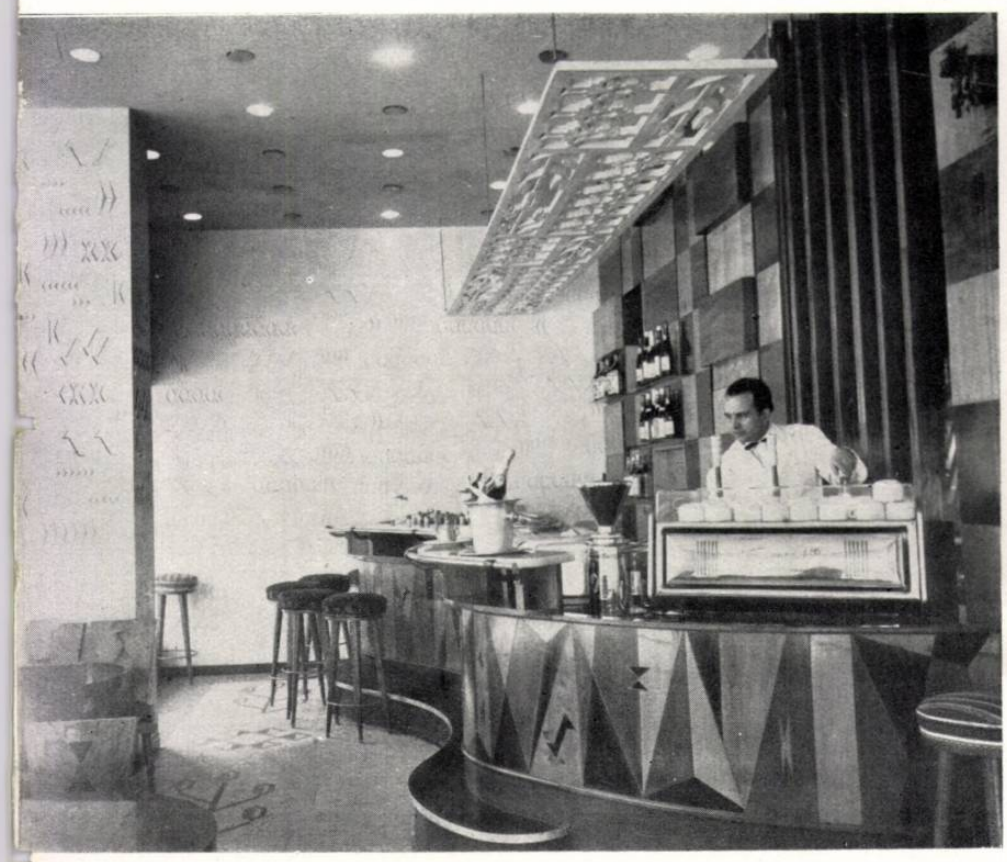
Fața verticală a barului, tratată în intarsie de esențe diferite de lemn de nuc, mahon etc., are o serie de motive decorative din alamă, dispuse liber pe cîmpul intarsionat.

Peretele opus intrării este realizat din ipsos cu motive decorative adîncite.

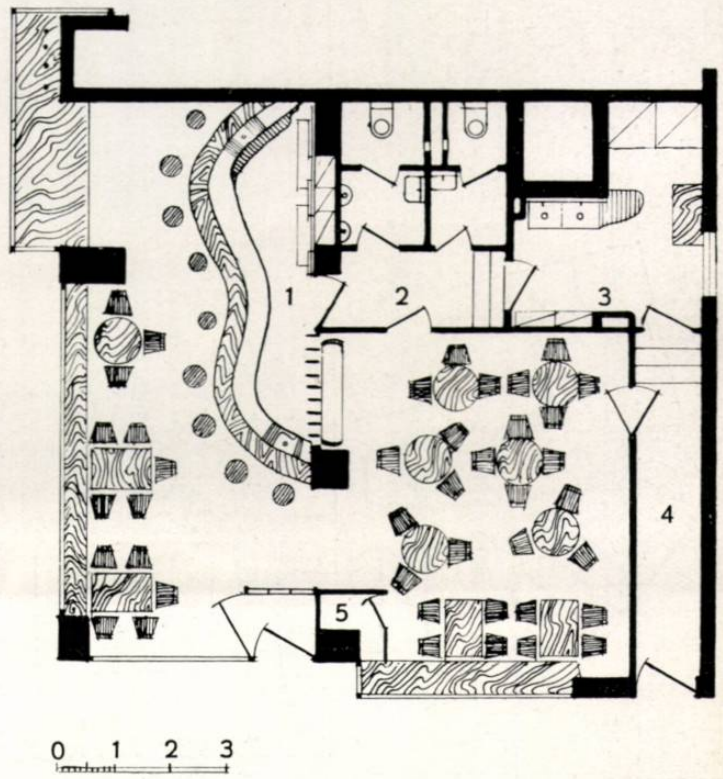
Tot din ipsos s-a realizat și traforul dispus deasupra barului spre a-i marca linia. Fundalul barului împreună cu lamelele verticale sînt realizate din lemn, efectul decorativ obținîndu-se prin folosirea a două esențe de furnir dispuse ritmic.

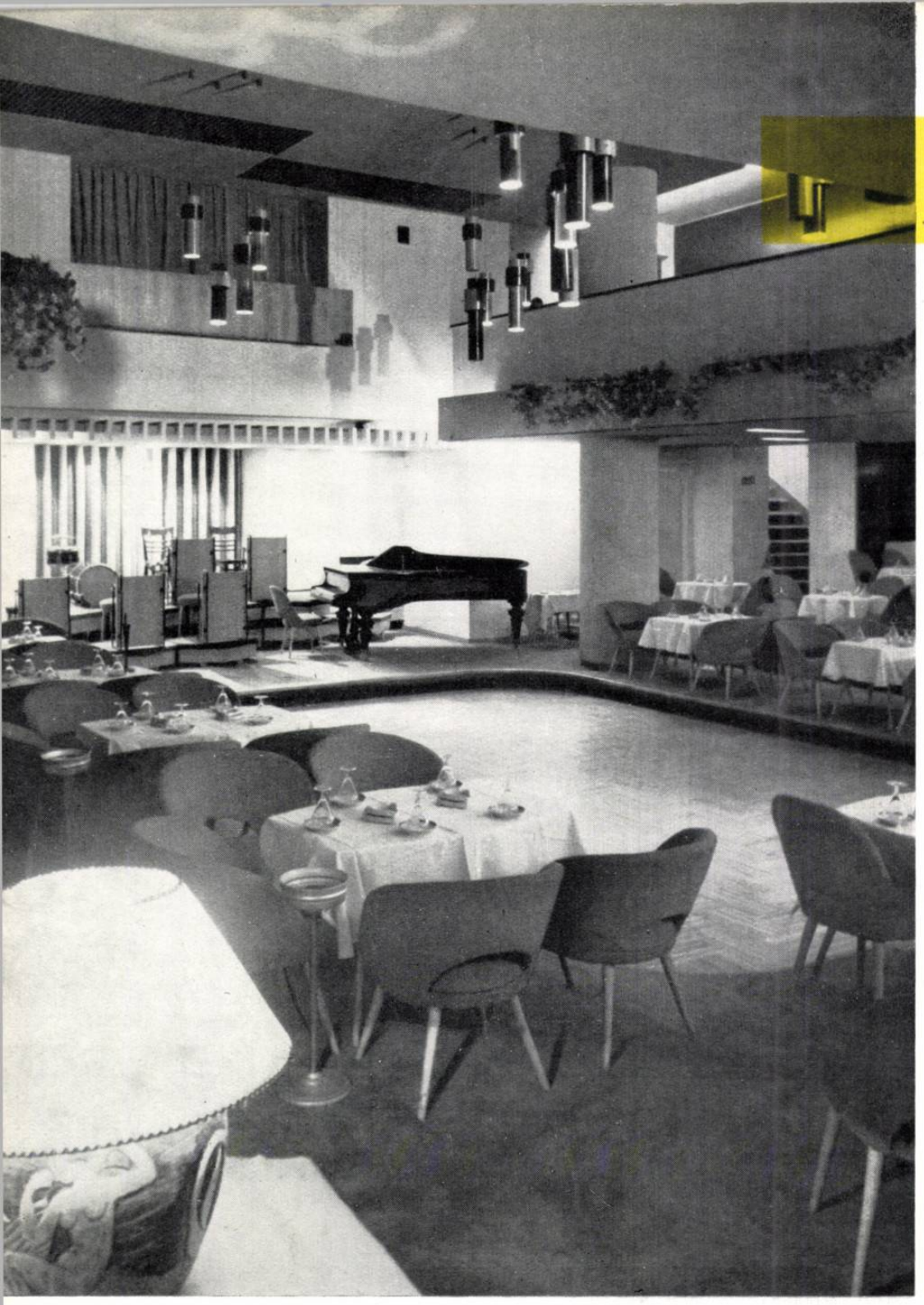
La tratarea mobilierului s-a căutat stilizarea și sintetizarea unor forme tradiționale specifice.

Arh. DAN DÎRZU



Plan parter
1. Bar — 2. Sas — 3. Preparare-spălător — 4. Acces servicii — 5. Vestiar





BARUL «CONTINENTAL»

Autori, arhitecții: Gh. Gheorghiade, P. Carp, V. Zadunaischi, A. Popescu
ing. construcții — A. Sorbală
ing. sunet și electrice — E. Buzdugan
ing. condiționare și sanitare — N. Drăgoi
Oficiul național de turism «Carpați»

1 | 4
5
2 3 |

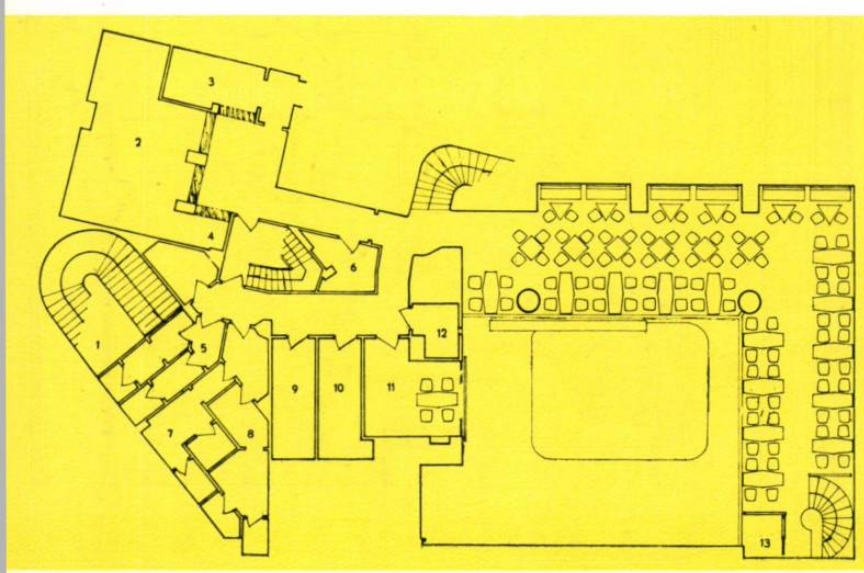
1 — 4 — 5 — *Vederi interioare*

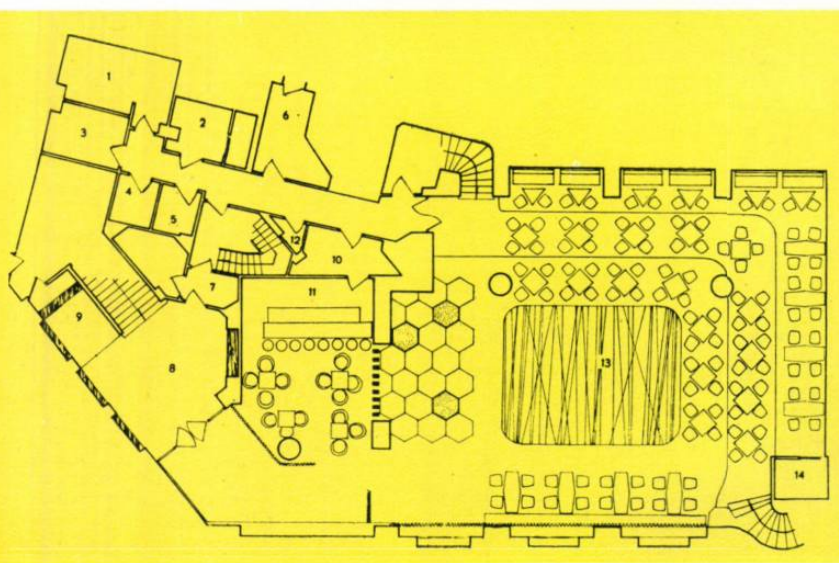
2 — *Plan subsol la nivelul I*

1. Scara principală — 2. Bufet rece — 3. Băuturi — 4. Spălător — 5. W.C. personal — 6. Depozit — 7. W.C. femei 8. W.C. bărbați — 9. Birou responsabil — 10. Vestiar ospătari — 11. Salon — 12. Cabina operator — 13. Reflector

3 — *Plan subsol*

1. Vestiar — 2. Duș — 3. Vestiar — 4. Cabină — 5. Ventilator — 6. Intrare de serviciu — 7. Telefon — 8. Vestibul 9. Garderobă — 10. Oficiu — 11. Bar — 12. Depozit 13. Ring de dans — 14. Oficiu





AMENAJAREA RESTAURANTULUI «CIȘMIGIU»

Autor, arh. Mircea Dima
Mobilier, Gheza Poliţer
Institutul Proiect-Bucureşti

Studiul dotărilor comerciale la parterul blocurilor cu apartamente oferă un foarte bun prilej de căutări ce pot stîrni interesul tuturora: proiectant, constructor şi, firește, beneficiar.

Stimulentul adus de schimbarea, de noutatea cu care amenajarea întregește imaginea arhitectonică a străzii a îndrumat spre realizări de la care ne așteptăm să obținem unele învățăminte.

Într-un număr mai vechi al revistei « Arhitectura R.P.R. » în perioada fazei de proiectare a acestui restaurant, îmi exprimam unele puncte de vedere privind profilul dotației, cunoscînd posibilitățile reale pentru perfecta rezolvare a temei propuse de beneficiar. Elementele concrete — spațiu, structură, amplasare — duceau la realizarea unei braserii sau cafenea. Concluziile beneficiarului au determinat actualul profil — un restaurant de categoria I — a cărui realizare, deşi au fost utilizate toate resursele, nu ne poate satisface, căci n-am obținut o dotare la nivelul exigențelor noastre actuale.

Aceasta se datorește în parte spațiului, determinat de teren, felului de a proporționa investiția, unor contradicții existente în tema de proiectare, unei lipse de aprofundare şi în sfîrşit, colaborării insuficiente dintre sectorul de proiectare şi beneficiar.

În privința temei, atît beneficiarul, cît şi proiectantul s-au dovedit a nu fi selecționat judicios componentele sale, ceea ce a dus la distribuirea spațiilor în mod neechilibrat.

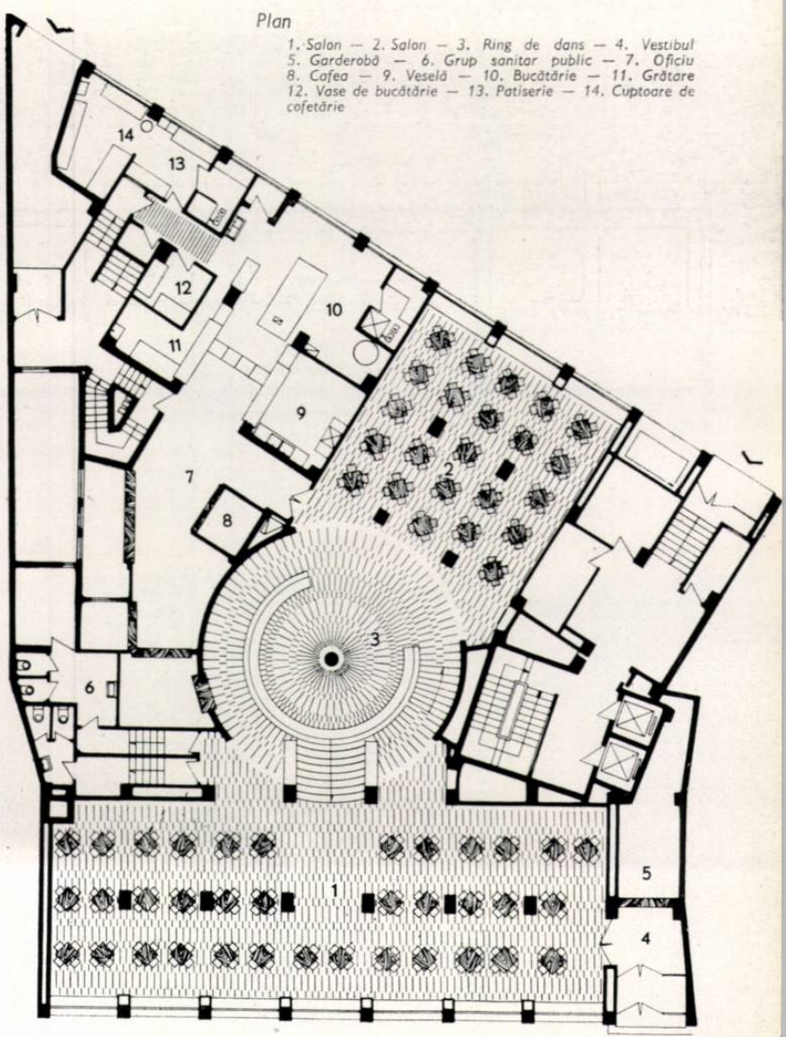
Astfel, sălile de consumație sînt insuficient susținute de serviciile anexe, unde nu s-a ştiut urmări ceea ce este absolut necesar şi ceea ce este inutil.

În această privință, socotesc nejustificate spațiile acordate sectorului de patiserie, linia tehnologică fiind evident stînjenită de extinderea sa, în timp ce oficiul nu oferă toate condițiile pentru perfecta funcționare.

Circulația ospătarilor este îngreunată de amplasamentul întîmplător al depozitărilor practicate în oficiu, din lipsa spațiilor suficiente de depozitare. La subsol, spațiul barului, foarte puțin solicitat de consumatori, putea primi destinații mai utile, dacă tema de proiectare ar fi fost verificată de beneficiar

Plan

1. Salon — 2. Salon — 3. Ring de dans — 4. Vestibul 5. Garderobă — 6. Grup sanitar public — 7. Oficiu 8. Cafea — 9. Veselă — 10. Bucătărie — 11. Grătare 12. Vase de bucătărie — 13. Patiserie — 14. Cuptoare de cofetărie



Reamenajarea unui subsol pe două niveluri într-un bar cu dublă funcțiune — bar de zi şi bar de noapte — a fost obiectul proiectării complexe care a avut de soluționat următoarele probleme:

Arhitectură — reamenajarea spațiului pentru funcționarea barului de zi şi de noapte, cu toate anexele necesare (bucătării, oficii, cabine pentru actori, garderobe, circulație public şi ospătari etc.).

Recreație — crearea unor ambianțe diverse în spații cu funcțiuni diferite (bar, orchestră, ring de dans, spațiu pentru prezentarea programelor de varietăți, saloane pentru public etc.).

Mobilier — proiectarea întregului mobilier: bar, mese, scaune, fotolii, lămpi, panouri decorative etc.

Lumină — funcționarea simultană sau separată a unui complex de formule de iluminare: locală la mese, de ambianță generală a barului, locală pe podiumul de dans, diferite posibilități de iluminare a programelor de varietăți, iluminarea orchestrei, prezentarea băuturilor etc.

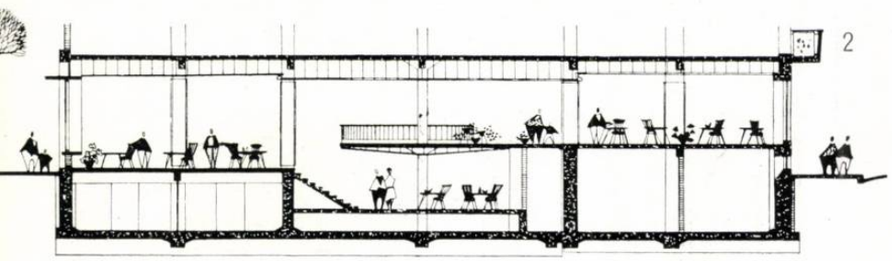
Sonorizare — crearea unui spațiu sonor total sau parțial şi retransmiterea orchestrei şi a programului de varietăți, precum şi a diferitelor instrumente muzicale electronice.

Instalații — condiționarea şi climatizarea aerului; instalații de bucătării şi anexe şi instalații sanitare.

În proiectarea barului s-a căutat ca, pe lîngă soluționarea optimă a deservirii publicului, să se creeze posibilitatea prezentării celor mai felurite genuri de programe de varietăți.

Arh. PETRE CARP

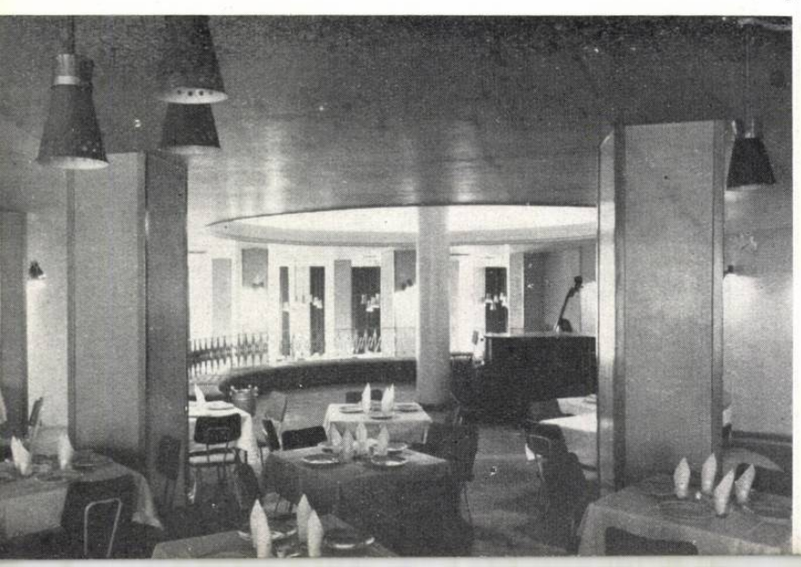
1



2

1 — Restaurantul „Cișmigiu" — Vedere interioară
2 — Secțiune transversală
3 — Vedere spre ringul de dans

3



cu specialiștii care conduc acest restaurant și care astăzi au alte puncte de vedere decît specialiștii scoși din producție care au întocmit tema.

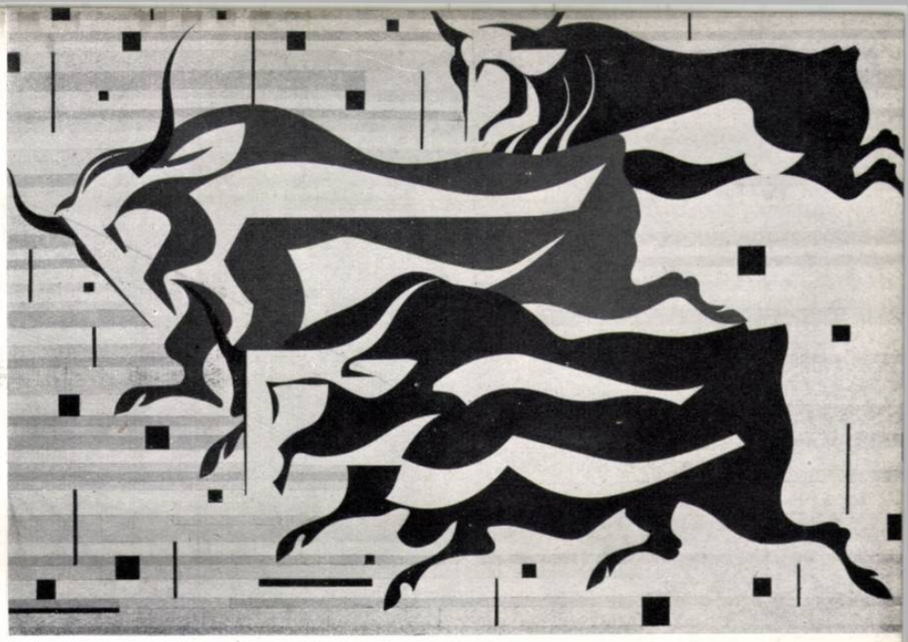
Aglomerarea numeroaselor servicii cerute de un restaurant de categoria I într-un spațiu excesiv de limitat a adus suprapunerea traseelor de instalații. Tehnica utilizată în construcții nu este încă la nivelul de a satisface necesitățile și în aceste condiții; de aici au rezultat eforturi ale căror rezultate nu satisfac în întregime, ca, de exemplu, în privința instalației de ventilație.

Ringul de dans, rezultat din structura de rezistență și de amplasarea pe teren, nu a putut fi suficient dimensionat spre a îngloba și orchestra, dansatorii fiind astfel prea aproape de executanți. De aici necesitatea de a se cînta « piano » în timpul dansului, sunetele nefiind clare însă și la locurile de la mese; acestea se datoresc și faptului că în timp ce proiectanții au propus o instalație de radioficare, beneficiarul a introdus orchestra și aceasta foarte dezvoltată.

Finisajele și mobilierul s-au încadrat în limitele investiției prevăzute de beneficiar, fără a depăși o linie medie obținută în mai toate amenajările realizate în ultimul timp.

În concluzie, consider că restaurantul nu și-a căpătat un stil propriu, un caracter specific, acel specific căutat de consumatori, care sînt atrași tocmai de aceste elemente particulare, utilizate mai ales în restaurante și care au făcut totdeauna reputația lor.

Arh. MIRCEA DIMA



Decorație murală executată din melacart

RESTAURANT CU AUTOSERVIRE ÎN PIAȚA SĂLII PALATULUI R.P.R.

Autori, arhitecții Leon Garcia și Edgar Walter
Decorații murale, Ion Oroveanu
Vitralii, G. Ispir și Renata Duncan

În parterul unuia din blocurile din jurul sălii Palatului R.P.R. a fost amenajat un restaurant cu autoservire. Adîncimea redusă a spațiului parterului și a subsolului a fost completată prin mărirea suprafeței construite a acestor niveluri în cadrul curții dintre blocuri.

La parter au fost amenajate:

A. Sala de mese cu 120 locuri avînd o linie de autoservire (12 m) restaurant cu mîncăruri calde și reci și o linie de autoservire (12 m) bar și bufet, cu băuturi, gustări, patiserie.

B. Sala de vînzare a semipreparatelor (bucătărie de bloc), cu o linie de prezentare (8 m), ca anexe fiind prevăzute spațiile necesare personalului de deservire.

La subsol au fost amenajate: bucătărie caldă, bucătărie rece, laborator patiserie, încăperi frigorifice, depozite pentru produse uscate, depozit de băuturi etc. precum și grupul social (vestiare, lavabouri, W.C.).

Linia de autoservire a sectorului restaurant se compune din: secția de platouri, secția de salate, răcituri și antreuri (expuse în vitrine frigorifice), secția de mîncăruri calde și fripturi (expuse pe mese calde și în vitrine calde cu încălzire cu radianți cu infraroșii), secția de cofetărie, secția de tacîmuri și pîine, casa.

Toate platformele tejghelelor, vitrinelor și meselor de lucru sînt executate din oțel inoxidabil, fețele fiind îmbrăcate cu melacart verde. Toate piesele metalice și liniile de ghidaj al platourilor sînt cromate.

Timpul în care o persoană trece de-a lungul liniei, adică alege, se servește și plătește este în medie de 3 minute. Cadența trecerii consumatorilor în dreptul casei este de 8 persoane pe minut, debitul liniei fiind de 480 persoane pe oră. Avînd în vedere că durata ocupării unui loc la masa de consumație (în restaurantele cu autoservire) este de 15—18 minute, numărul necesar de locuri este de 120. Mesele de consumație au blatul de melacart în diferite culori; dimensionarea meselor este făcută în funcție de mărimea platourilor (35×48 cm), fiind necesar ca 4 platouri să acopere întregul blat.

Sălile de consumație au pereții îmbrăcați cu material plastic pe suport textil; pardoselile sînt din marmură de Sebeș și Ruschița.

Pentru iluminatul artificial s-a prevăzut un amestec de lumină fluorescentă și incandescentă care să asigure 180 lucși.

Arh. LEON GARCIA

Vedere interioară

COFETĂRIA «SCALA»

Autor, arh. Virgil Nițulescu
Mobilier, arh. Greta Deutch
Institutul Proiect-București

O dată cu construcția blocului de pe b-dul N. Bălcescu nr. 36, Secțiunea comercială a Sfatului popular al capitalei a considerat necesară extinderea cofetăriei «Scala» și reamenajarea vechiului magazin.

Spațiul, relativ redus, de la parterul noului bloc a dus la o diviziune a zonelor de serviciu, amenajîndu-se în acest parter bomboneria și vînzarea la domiciliu, urmînd ca vechea cofetărie, prin amplificarea spațiului, să fie utilizată exclusiv pentru consumație.

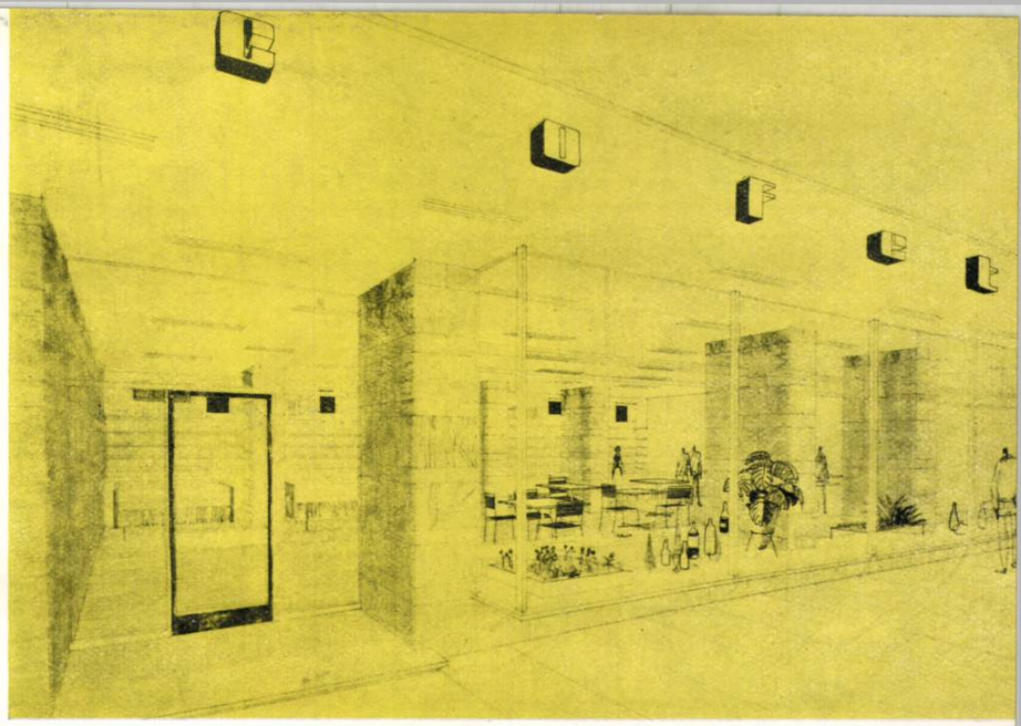
Avînd în vedere rentabilitatea acestei cofetării, o extindere deosebită au luat-o serviciile de producție, separate pe secții. Astfel, în subsolul noului bloc s-au prevăzut laboratorul și cuptoarele de patiserie, cu depozitele respective, la parterul aceluiași bloc laboratorul de finisaje cu o legătură rapidă și comodă asigurată printr-un montșarj, iar în parterul blocului alăturat, secția de fabricație pentru bomboneric. Un oficiu deschis cu tanc de înghețată și o secție pentru prepararea cafelei, spălătorul de veselă și un mic birou completează serviciile din zona parterului.

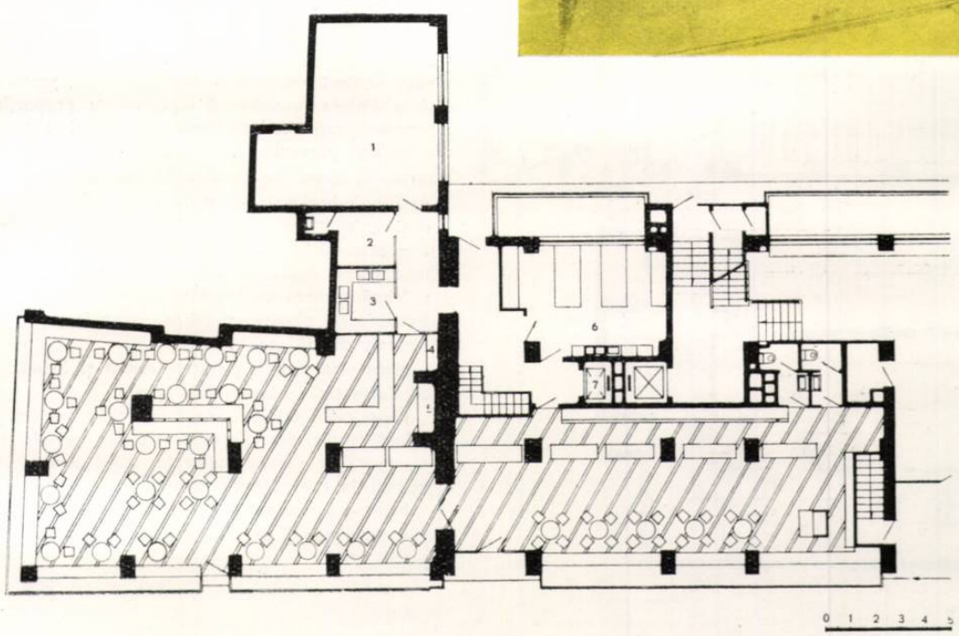
Prin această extindere și reamenajare, cofetăria «Scala» ocupă o suprafață pentru vînzare și consumație de 300 m², iar serviciile anexe, 115 m² la parter și 330 m² la subsol. În realizarea acestei cofetării am avut intenția de a realiza o atmosferă de prospețime și transparență, opusă celei a vechilor cofetării. Această intenție a dus la renunțarea la panourile înalte de obturare a vitrinelor, la drapajele fals somptuoase și la alte nimicuri «de atmosferă».

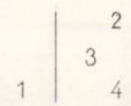
Dimpotrivă, utilizînd materiale economice de finisaj, printr-o alegere limitată: pardoseli de mozaic venețian, stîlpi placați cu travertin, planuri ample continue la plafon și pereți în culori pastelate, cu accente de culoare intensă în cîteva nișe decorative de expunere, o iluminare netă, aparentă (poate excesivă din cauza lipsei unui control bazat pe experiență), s-a realizat o atmosferă primitoare, de prospețime.

Menționăm, ca o surpriză neplăcută, alterarea intențiilor proiectantului, ca și în alte cazuri, printr-o decorare suplimentară, de un gust îndoielnic, datorată beneficiarului, printr-o expunere nejudicioasă a mărfurilor, prin confundarea expoziției — menită a pune în valoare — cu o opulență «impresionantă» de depozit.

Arh. VIRGIL NIȚULESCU

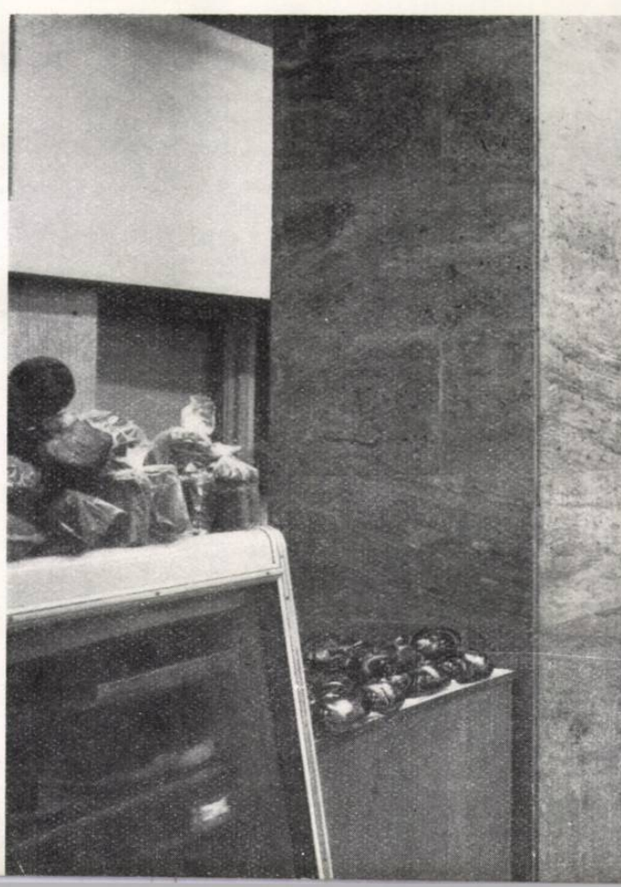






1 — 4 — Vederi interioare
2 — Perspectivă exterioară
3 — Plan

1. Laborator bomboneriе — 2. Birou — 3. Spălător — 4. Cafea — 5. Înghețată — 6. Laborator finisaj — 7. Montșarj



COFETĂRIE ÎN PIAȚA GĂRII DE NORD

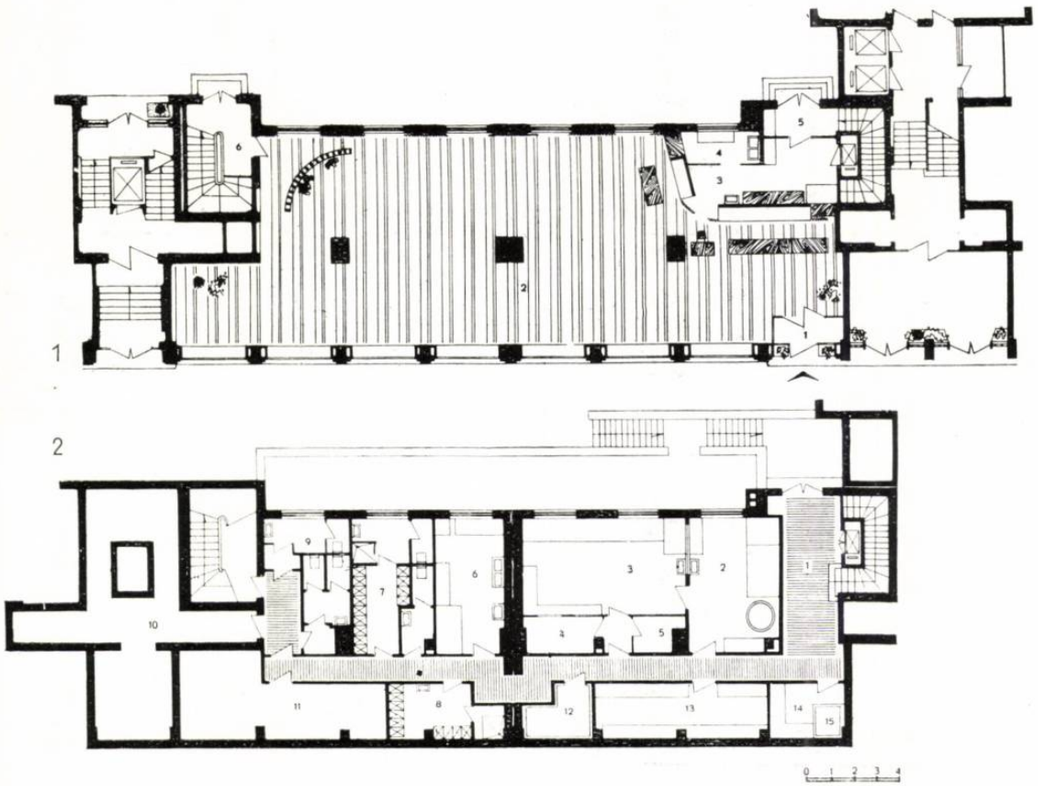
Proiectat de Institutul Proiect-București

1 — *Plan parter*

1. Windfang — 2. Cofetărie — 3. Oficiu — 4. Spălător vase — 5. Intrare mărfuri — 6. Acces la subsol

2 — *Plan subsol*

1. Recepții mărfuri — 2. Cuptor de cofetărie — 3, 4. Spălător de veselă — 5. Cameră de spart ouă — 6. Laborator creme-frișcă — 7. Vestiar femei — 8. Vestiar bărbați 9. Grupuri sanitare publice — 10. Depozit — 11. Cameră de ventilație — 12. Cameră frigorifică — 13. Depozit general — 14. Depozit de zi — 15. Bazin de gheață



La parterul blocului A, recent construit în piața Gării de Nord, a fost amplasată, în tronsonul 1 și 2, o unitate de cofetărie cu săli de preparare și laboratoare proprii, pentru deservirea în bune condiții a publicului numeros din această parte a capitalei.

Salonul de consumație cuprinde cea mai mare parte din suprafața parterului, cu excepția unor spații rezervate scărilor de legătură cu subsolul și a unui oficiu de nivel cu încăpere pentru spălător. În sala de consumație, avînd o suprafață de 216 m², se pot servi la mese simultan 155 de persoane (considerînd ca normă 1,4 m² de consumator).

Accesul publicului se face printr-un spațiu tratat diferit ca mobilier, unde sînt prevăzute vitrine frigorifice, tonete și rafturi pentru produsele de cofetărie. Spațiul sălii de mese, ocupînd toată adîncimea blocului, cu distanțe mari între stîlpi, cuprinde exclusiv mobilierul pentru public. Un panou decorativ format din elemente traforate și prefabricate din ipsos, de care atîrnă vase cu flori prinse de brățări metalice, precum și jardiniere, maschează legătura cu grupurile sanitare pentru consumatori, amplasate la subsol.

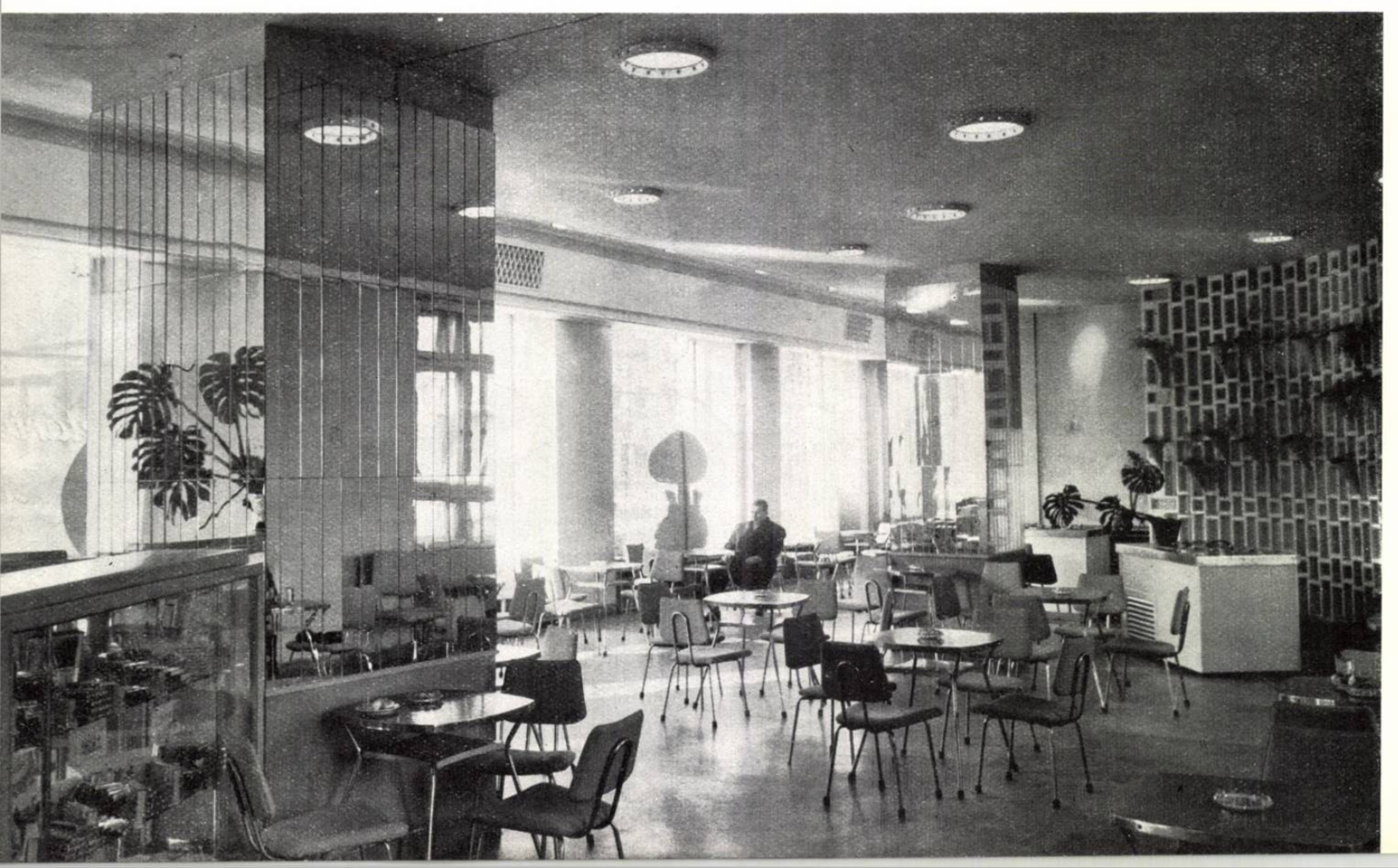
Accesul personalului se face de pe fațada posterioară, avînd legătură și prin intrarea principală. La subsol sînt amplasate grupuri de vestiare, dușuri, W.C.-uri și lavabouri. Tot în subsol sînt amplasate și încăperile de preparare și depozitare: laboratorul cofetăriei, laboratorul de creme și frișcă, camera cuptoarelor, camera frigorifică, bazinele de gheață, spălător, depozit general, depozit de zi etc.

Mobilierul este din metal cromat și îmbrăcat cu dermatină colorată sau ighelit.

Finisajele interioare cuprind calcio vechio și schleifflac la pereți, pardoseală din mozaic de marmură în carouri colorate, stîlpi placați cu oglinzi în fîșii, ighelit colorat la vitrine etc.

Printr-un colorit pastelat și armonizat cu culorile mobilierului se creează un cadru unitar și plăcut.

Arh. PAUL FOCȘA

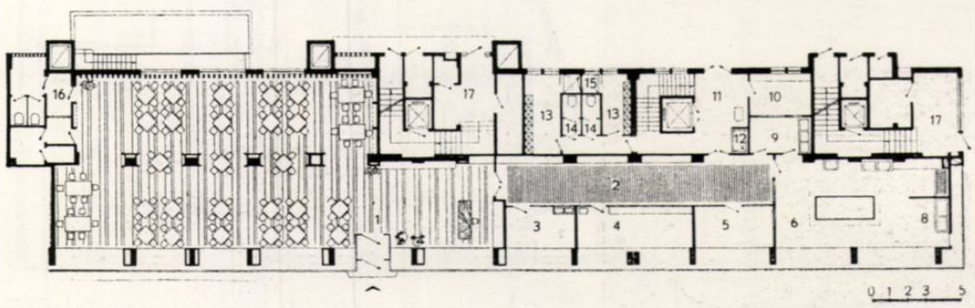


BRASERIE ÎN ANSAMBLUL CIRCULUI DE STAT

Arhitectură: autor, arh. V. Agent
colaborator, arh. Zaven Djanichian
Mobilier: autor arh. Greta Deutsch
Institutul Proiect-București

Plan parter

1. Braserie-cofetărie — 2. Oficiu — 3. Băuturi-bar — 4. Bufet — 5. Spălător de veselă 6. Bucătărie — 7. Grătar — 8. Spălător de vase — 9. Bucătărie rece — 10. Birou 11. Primire cîntărire — 12. Bazin gheață 13. Vestiar personal — 14. Grup sanitar 15. Duș personal — 16. W.C.



În cadrul etapei I a ansamblului de locuințe din jurul Circului de stat au fost prevăzute 11 unități comerciale amenajate în blocurile 1, 6 și 7.

În blocul 1, amplasat pe șos. Ștefan cel Mare, pe partea dreaptă a aleii ce duce spre clădirea circului, au fost date în folosință primele trei magazine. Acestea sînt florăria, braseria și farmacia. Cele trei magazine ocupă tot parterul blocului, pe un front de cca. 100 m și au vitrinele desfășurate, atît pe frontul principal al blocului, adică spre șos. Ștefan cel Mare (inelul II), cît și în adîncime, pe toate laturile înguste.

Sala de consumație, cu intrare-expunere, conține 120 de locuri. Ea este luminată și ventilată, atît dinspre vitrinele de pe fațada principală, cît și dinspre cele de pe fațada posterioară, care sînt ascunse în spatele unui trafor construit cu elemente romboidale colorate în bleu deschis și care unifică peretele fundal. Sala se desfășoară pe 6 travee punctate atît înspre vitrine, cît și pe axa ei de stîlpii de susținere ai blocului.

Podiumurile vitrinelor sînt îmbrăcate în piatră de Bampotoc ocru-gălbui. Stîlpii au cele două fețe care ascund gurile de emisie ale instalației de ventilație și încălzire, riflate și zugrăvite în culoare bleu deschis, celelalte două fiind îmbrăcate în plăci de travertin de Deva cu baghete negre de marmură de Moneasa.

Pardoselile s-au executat din mozaic venețian alb-roz-negru; pereții, cu calcio stropit de ipsos, sînt zugrăviți în două tonuri de bleu.

Tavanul este zugrăvit în alb și este împărțit în grupe formate din patru scafe conținînd tuburi fluorescente dispuse încrucișat în «x», cîte două de fiecare travee, avînd în centrul încrucișării o cupă exagonală florată, ce ascunde gura de absorbție a instalației de ventilație.

Localul dispune de mobilier de aluminiu cu scaune tapisate cu dermatină în două culori (gri și roșu), blaturile meselor fiind acoperite cu ighelit.

Anexele braseriei sînt proiectate conform tuturor cerințelor funcționale și sanitare moderne; s-au rezervat spații suficiente pentru: bar și distribuția băuturilor, bufet cu bucătărie rece, spălător de veselă, bucătărie caldă și spălător de vase și legume, birou administrativ, oficiu de circulație a ospătarilor, recepția alimentelor, grupul sanitar și social pentru public și salariați, precum și toate depozitele necesare, care au fost amplasate la subsol.

Arh. VICTOR AGENT

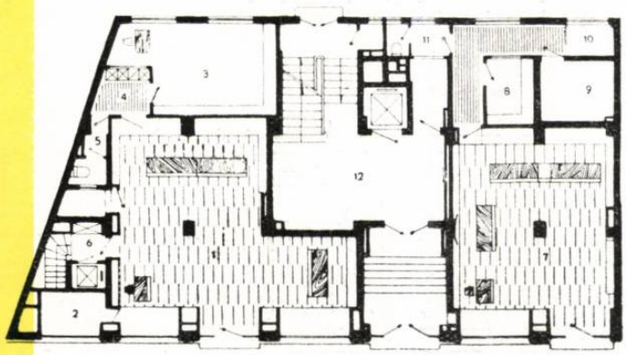
Vedere interioară

MAGAZIN DE LACTATE, BRÎNZETURI ŞI MEZELURI

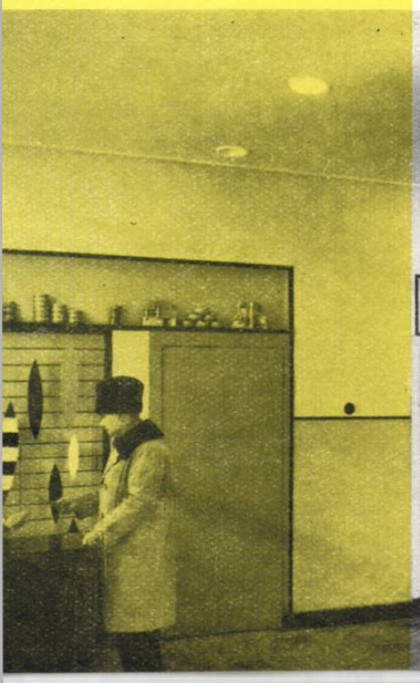
Autor, amenajare şi mobilier, arh. P. Focşa
Consultant şi executant, D.A.L.—Ministerul Comerţului

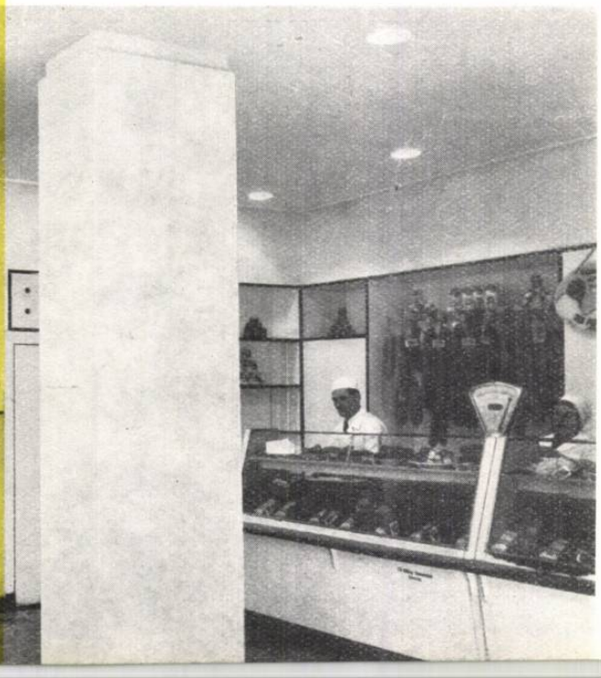
Plan parter

1. Magazin de mezeluri — 2. Vitrină frigorifică — 3. Birou 4. Vestiar — 5. Grup sanitar — 6. Montşarj — 7. Magazin lactate-brînzeturi — 8. Depozit de mînă — 9. Cameră frigorifică — 10. Agregate — 11. Grup sanitar — 12. Intrare la blocul de locuinţe



0 1 2 3





Proiectate şi executate ca magazine etalon ale Ministerului Comerţului, magazinele de lactate, brînzeturi şi mezeluri de la parterul blocului construit pe str. C. A. Rosetti 15 sînt printre primele unităţi comerciale din Bucureşti, unde s-a folosit melacartul pentru mobilier şi finisaje interioare.

Proiectate anterior pentru o altă funcţiune, lucrările au suferit numeroase modificări pe parcurs, atît în ceea ce priveşte tema, cît şi finisajele. Cele două unităţi sînt rezolvate principial asemănător, atît ca principii de iluminare, finisaje, mobilier şi utilaje, cît şi ca sisteme de expunere şi vînzare.

Magazinul de lactate şi brînzeturi, amplasat exclusiv la parter, cu o singură intrare pentru public şi personal, are anexele reduse la minimum posibil (o încăpere frigorifică cu o cameră de agregate, vestiar personal, grupuri sanitare şi birou responsabil).

Magazinul de mezeluri şi produse de carne are la dispoziţie un spaţiu mai amplu la parter şi beneficiază şi de folosirea unei părţi a subsolului imobilului.

La parter sînt dispuse grupurile sanitare şi vestiarul personalului, depozitul de zi şi legătura cu subsolul printr-o scară şi un montşarj, mascate în spatele unei vitrine frigorifice de expunere.

La subsol sînt amplasate camerele frigorifice şi încăperile de depozitare a mărfurilor şi ambalajelor.

Folosirea melacartului la îmbrăcarea unor mari porţiuni de pereţi şi la finisajul vitrinelor, tonetelor şi rafturilor, linia simplă şi modernă a mobilierului asigură uşoara întreţinere a magazinelor, un cadru luminos şi plăcut.

Printr-o decoraţie interioară discretă, colorată armonios, prin folosirea grilelor decorative şi a unor vitrine înzidite metalice cu iluminare proprie, magazinele capătă un specific propriu.

Plafoanele colorate sînt punctate de desenul cupelor de ipsos traforate. Pardoseala este din mozaic veneţian, cu ştraifuri din mozaic de marmură neagră.

Iluminatul este combinat, la vitrine, şi incandescent, în magazine.

La magazinul de mezeluri s-a executat o vitrină frigorifică deschisă, cu agregate proprii, pentru expunerea permanentă a produselor, printre primele de acest gen din capitală.

Mobilierul pe schelet metalic, cu panel îmbrăcat în melacart ivoar şi conturat cu melacart negru, se înscrie pe aproape întreg conturul de vînzare al magazinelor, cu nişe în pereţi, asigurînd un cadru unitar şi luminos.

Citeva piese de mobilier colorate au caracter de unicat, cum ar fi casele de marcaj sau unele vitrine decorative, în interior.

Arh. PAUL FOCŞA

1

MAGAZINUL ALIMENTAR CU AUTOSERVIRE «UNIC»—B-DUL N. BĂLCESCU Nr. 33

Autor. arh. E. Cosmatu
Mobilier, atelier arh. R. Voll
Institutul Proiect-București

1 — *Vedere de ansamblu*
2 — *Plan*
1. Depozit de zi — 2. Depozit frigo — 3. Brînzeturi-lactate 3. Depozit frigo-mezeluri — 4. Vestiare — 5. Vitrine frigorifice — 6. Raion dulciuri — 7. Linie autoservire-rafturi 8. Case — 9. Mese pentru coșulețe — 10. Gondole — 11. Gondole rotunde — 12. Primire mărfuri — 13. Centrala telefonică — 14. Birou
3 — *Vedere spre raionul de mezeluri*

Parterul blocului cu 5 etaje din b-dul Bălcescu nr. 33 este ocupat de unul dintre cele mai mari magazine alimentare cu autoservire din țară.

Parterul blocului permitea un astfel de magazin dispunînd de o sală lungă de cca. 50 m și lată de cca. 12 m, avînd un singur rînd de stîlpi centrali.

Acești stîlpi, cu un interax de 8,40 m, sînt executați în formă de V datorită unei rezolvări care a urmărit descărcarea forțelor perechilor de stîlpi de la etajele superioare, situați la mică distanță, într-un singur stîlp la parter, subsol și deci realizarea unei singure fundații.

Forma de V a stîlpilor, cu aripi lamelare, situați la distanțe de 8,40 m, destul de mare de altfel, dă interiorului magazinului o notă aparte.

Magazinul se compune din sala de vînzare de cca. 500 m², depozite de zi, preambalare, W.C. și dușuri.

Biroul administrativ, recepția mărfurilor și un grup sanitar redus se află tot la parter, însă separate de magazin prin traveea ocupată de gangul de intrare către curtea interioară.

Din acest motiv, circulația mărfurilor primite în spațiul de recepție se face astfel: mărfurile recepționate sînt introduse cu un montșarj de 500 kg în subsolul clădirii — ocupat de depozite și camere frigorifice (carne și lapte) — și transportate de-a lungul unui coridor central, către locurile de depozitare; mărfurile sînt trimise apoi în magazin prin intermediul unui al doilea montșarj, de 200 kg capacitate.

Sala de vînzare are două intrări situate la cele două extremități.

Rezolvarea fluxului cumpărătorilor a fost astfel concepută încît să se poată intra și ieși pe aceeași ușă sau pe ambele uși, mobila fiind astfel așezată încît să dirijeze un circuit impus prin suporții de coșulețe, la intrare, sau prin case, la ieșire.

Circulația din magazin a suferit schimbări pe parcurs, atît în ceea ce privește fluxul de circulație, cît și dispunerea mobilierului.

Finisajul interior are o ținută sobră, fiind realizat prin întrebuințarea unor materiale de mare efect decorativ.

Astfel, pardoseala este din marmură roșie de Moneasa, avînd introduse în cîmp benzi de marmură albă de Ruschița.

Pereții și tavanul sînt vopsiți cu «Litex», material lavabil, care formează o peliculă flexibilă peste gletul de ipsos, evitînd neplăcerile ivite în cazul crăpării suportului.

Culorile sînt pastelate, urmărind nuanțe către vernil și galben-citron.

Fundurile nișelor de la raionul mezeluri-brînzeturi au fost placate cu melacart de culoare verde intens.

Pe acest fond, vitrinele frigorifice de culoare albă, cu un aspect și o linie modernă, contrastează puternic.

Stîlpii interiori în formă de V au plintele de oțel inoxidabil, muchiile fiind protejate cu profile tot de oțel inoxidabil.

Vitrinele au înălțime foarte mică (40 cm), ceea ce permite o bună vizibilitate din exterior în magazin.

Expunerea în vitrine a mărfurilor se face pe gondole cu dublă expunere către exterior, pentru etalare, iar către interior, pentru autoservire.

Vitrina este placată cu melacart de culoare vernil, avînd ochiurile de aerisire și încălzirea geamului din rondele cromate aplicate.

Ventilația este mecanizată, introducerea aerului făcîndu-se deasupra vitrinelor printr-un trafor decorativ.

Iluminatul este fluorescent, combinat cu incandescent: vitrinele sînt luminate fluorescent, partea de mijloc a magazinului, mai înaltă, este luminată incandescent cu becuri plasate în cupe de ipsos, iar partea din fund, mai scundă, este luminată tot fluorescent ca și rafturile de expunerea mărfurilor.

Această succesiune de lumini variate ca colorit și ca intensitate produce un efect decorativ deosebit, peretele din fund al magazinului devenind punctul cel mai luminos și de atracție.

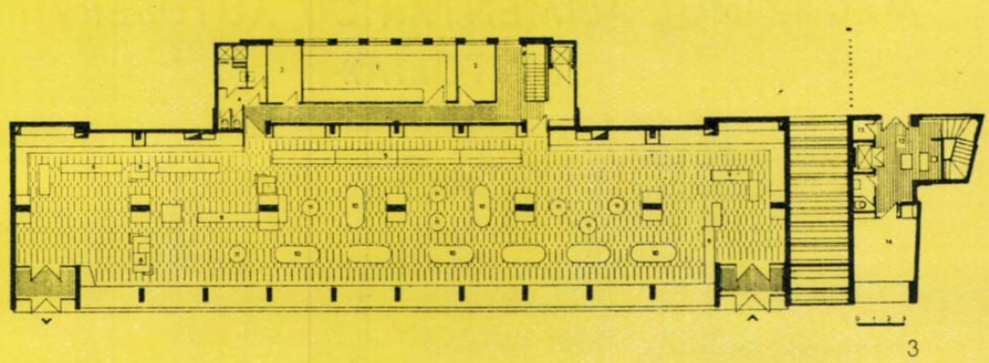
Firma luminoasă a magazinului, confecționată din litere aplicate la distanță de suport, este montată deasupra vitrinelor pe un fond negru.

Vitrinele sînt protejate de soare cu perdele de pînză albastră susținute de un sistem armonică realizat din metal, care susține pînza aproape orizontal.

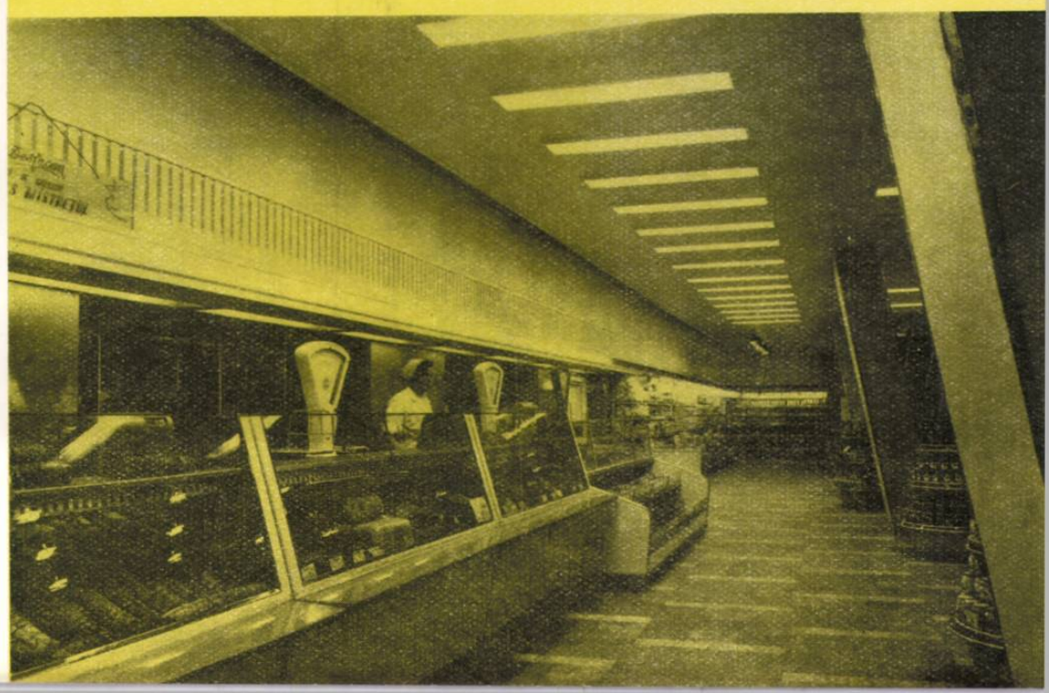
Acest sistem dă o notă aerată vitrinelor, mai ales datorită faptului că vitrinele, urmărind legătura cu blocul vecin, sînt foarte joase.

Arh. EUGEN COSMATU

2



3



MAGAZINUL ALIMENTAR CU AUTOSERVIRE «BITOLIA»

Autor, arh. Aurel Tofan
Institutul Proiect-București

Amplasat pe latura estică a pieței Confederației, blocul de locuințe la parterul căruia este amenajat magazinul are structura de rezistență distribuită simetric, dar neregulat și cu travee inegale.

Acest magazin cu autoservire este unul din primele de acest gen realizate în capitală.

Magazinul ocupă la parter 420 m².

Pentru elaborarea proiectului au fost consultați tehnologii și specialiștii Ministerului Comerțului. Noul proces funcțional al acestui gen de unități comerciale de produse alimentare este exprimat în plan la acest magazin prin asigurarea unor fronturi mari de expunere și a unui flux de circulație distinct și dirijat.

Sala de vînzare este exprimată în fațadă prin vitrine mari, cu parapetul jos. Această rezolvare a vitrinei permite pietonilor să « citească » întregul proces tehnologic al magazinului.

În primele faze de studiu, magazinul avea două intrări; în temă, în afară de raioanele de coloniale preambalate, se cerea și un raion cu mezeluri și brînzeturi.

În faza finală, acest raion a fost eliminat din temă — fiind amenajat în magazinul alăturat — circulația magazinului devenind simplă și clară.

Aprovizionarea magazinului se face prin intrarea din fațada posterioară. În legătură cu spațiul de primire a mărfurilor — din care o scară și liftul de mărfuri asigură circulația pe verticală la depozitele de la subsol — se găsește un laborator de preambalare.

Plafonul sălii de expunere este decorat cu un covor de tuburi fluorescente. Vitrinele au parapetul scund, cu pardoseala denivelată — rezultat al amplasării sub placă a radiatoarelor de gabarit mic — și o rezolvare mai deosebită a modului de iluminare.

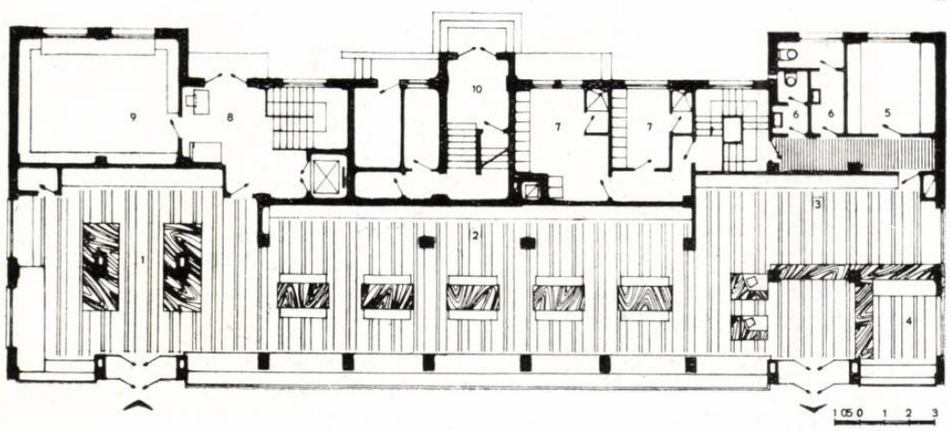
Proiectul acestei unități comerciale și realizarea lui au constituit o experiență pentru cîteva rezolvări noi în proiectarea magazinelor; printre acestea, menționăm: vitrina cu parapet jos; înlocuirea radiatoarelor cu convectori și amplasarea lor cît mai aproape de geamul exterior; folosirea rațională a surselor de lumină, realizîndu-se o iluminare puternică în vitrină și la exponatele din rafturi, prin coborîrea sursei de lumină cît mai aproape de subiect; pentru plafoanele înalte, covorul de cupe sau tuburi luminoase constituie o risipă.

Arh. AUREL TOFAN

Plan parter

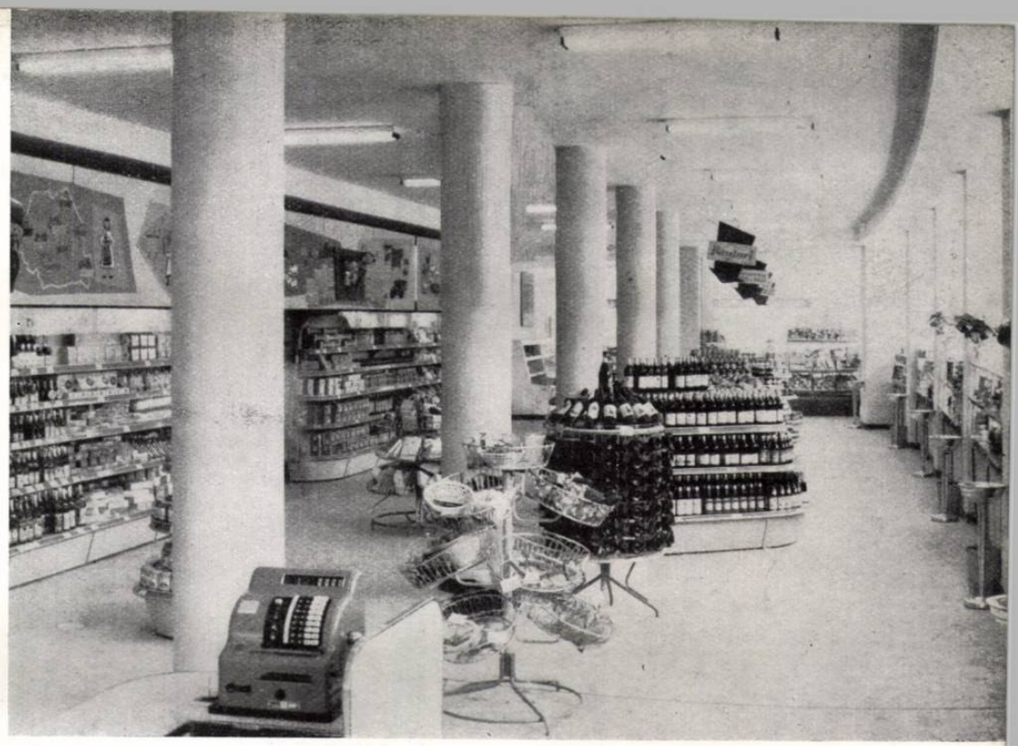
1. Raion dulciuri și băuturi — 2. Raion coloniale — 3. Raion conserve — 4. Vînzare cu bucata — 5. Depozit — 6. Grupuri sanitare — 7. Vestiare — 8. Primire și cîntărire 9. Preambalare — 10. Intrare la bloc locuințe

2



MAGAZINUL «MODERN» CU AUTOSERVIRE DIN B-DUL 6 MARTIE

Autor, arh. A. Șerbescu
Institutul Proiect-București



La parter, magazinul ocupă o suprafață construită de 700 m², iar la subsol, 85 m². Din parter, 400 m² sînt folosiți pentru vînzarea propriu-zisă, restul suprafeței fiind repartizată încăperilor destinate preambalării, depozitelor de mînă, camerelor frigorifice, biroului și anexelor sanitare ale personalului.

Magazinul are trei funcțiuni specifice comerțului alimentar combinat în prezent:

— autoservirea, în care se vînd articolele preambalate din diferite grupe de mărfuri alimentare (ca paste făinoase, dulciuri, coloniale, băuturi), care este partea dominantă ce se desfășoară pe 3/4 din frontul fațadei;

— vînzarea cu plata direct la vînzător (articole de uz casnic și unele din domeniul alimentar ce se cîntăresc la vînzare) și

— partea de vînzare a raionului de mezeluri, brînzeturi și produse de carne, cu bon la casă, ambele situate în porțiunea dinspre splaiul Independenței.

Relieful terenului și sistematizarea pe verticală au dus la denivelarea părții de magazin afectată raioanelor mici, care se află cu 30 cm mai sus decît autoservirea. Cele două trepte interioare care preiau această diferență de nivel au determinat și aranjarea mobilierului și circuitul cumpărătorilor.

S-a realizat un flux continuu de circulație și un sens unic, pentru a nu se produce încrucișări între clienți.

Amplasarea mobilierului a fost făcută în vederea parcurgerii de către client a întregului magazin, pentru a putea vedea întregul sortiment de mărfuri. Standurile insulare de expunere (gondolele) au fost dispuse oblic pe firul de circulație, repartizarea lor fiind făcută în funcție de stîlpii circulari care împart sala în două nave. Peretele paralel cu frontul principal, la care se adosează rafturile continue, este ușor, confecționat din plăci aglomerate de lemn și creează în spatele sălii de vînzare o galerie cu rafturi pentru aprovizionarea permanentă a sălii, un adevărat rezervor de mărfuri la îndemîna personalului, permițînd completarea containerelor din magazin de îndată ce s-au golit.

Partea inaccesibilă cumpărătorilor, deasupra rafturilor lungi, a fost tratată în frizã decorativă, cu bun gust și umor de către un colectiv de proiectanți de la Ministerul Comerțului.

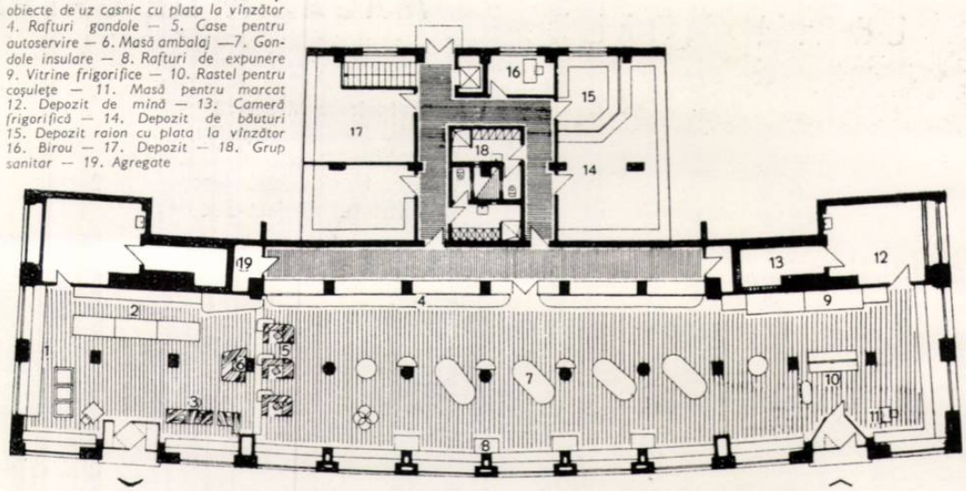
Iluminatul este fluorescent, cu corpurile de iluminat instalate direct pe tavan. Mobilierul a fost completat cu material plastic la culoare și construit la fața locului, ca și caṣradiatoarele.

Ministerul Comerțului și Institutul Proiect-București au reușit ca într-un interval foarte scurt să realizeze amenajarea unui magazin de prezentare și exemplificare a comerțului de tip nou, cu toate dificultățile inerente începutului și situației locale (adaptare la construcții, la materiale de finisaj, la mobilier și la modificările de temă produse în cursul executării lucrărilor).

Arh. A. ȘERBESCU

Plan

1. Raion de carne conservată prin frig și raion de produse panificație — 2. Raion de brînzeturi-mezeluri — 3. Dulciuri și obiecte de uz casnic cu plata la vînzător 4. Rafturi gondole — 5. Case pentru autoservire — 6. Masă ambalaj —7. Gondole insulare — 8. Rafturi de expunere 9. Vitrine frigorifice — 10. Rastel pentru coșulețe — 11. Masă pentru marcat 12. Depozit de mînă — 13. Cameră frigorifică — 14. Depozit de băuturi 15. Depozit raion cu plata la vînzător 16. Birou — 17. Depozit — 18. Grup sanitar — 19. Agregate

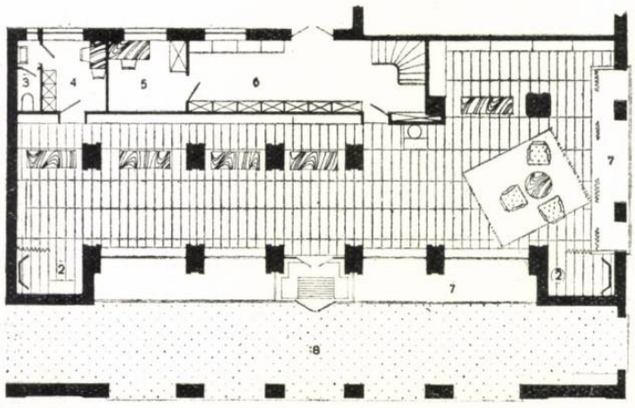


1

MAGAZIN DE GALANTERIE PENTRU FEMEI PE B-DUL MAGHERU

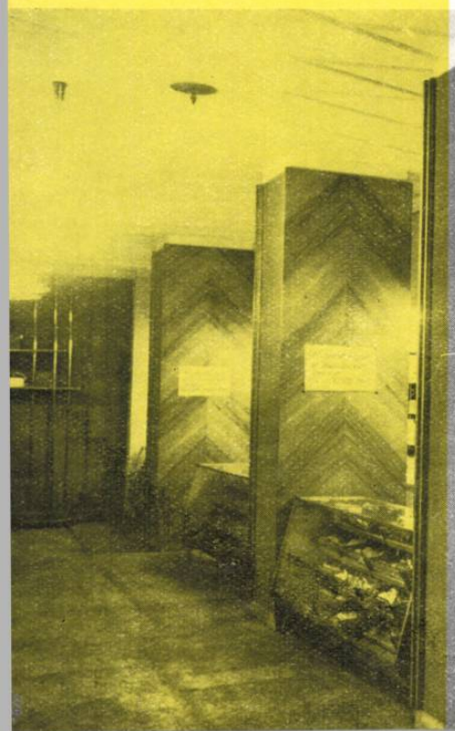
Autori: arhitectură,
arh. Carmen Popescu,
Mobilier
arh. Florica Bărbulescu
Institutul Proiect-București

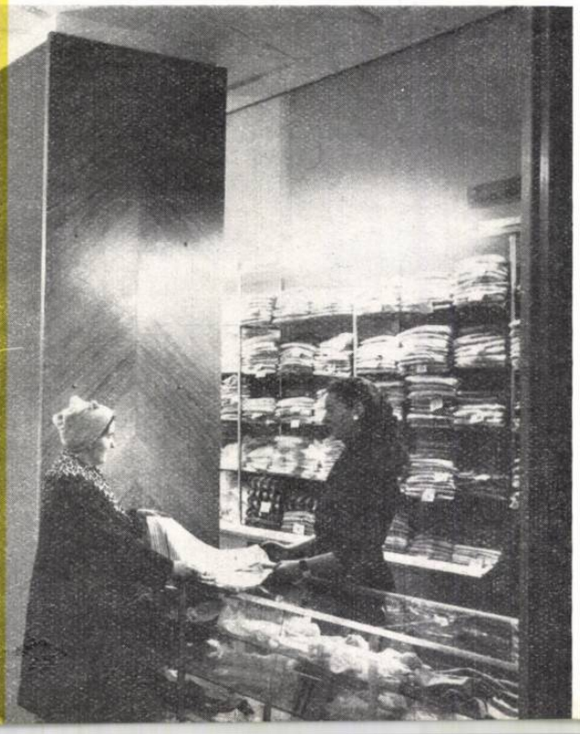
2



1 — 3 — Vederi interioare
2 — Plan
1. Sală de vînzare — 2. Cabine de probă 3. W.C.— 4. Vestiar — 5. Birou — 6. Depozit de mînă — 7. Vitrine — 8. Portic

3





Pe magistrala N—S a capitalei s-a amenajat la parterul blocului din b-dul Magheru nr. 34—44 un magazin de galanterie pentru femei. Prin decorația interioară și mobilier s-a urmărit crearea unei ambianțe plăcute, de finețe și eleganță feminină.

Magazinul cuprinde: sala de vînzare (magazinul propriu-zis) cu două nișe pentru probă și anexe; un depozit de mînă, un depozit general la subsol, un birou, un vestiar și un grup sanitar.

Ca finisaje, sala de vînzare este pardosită cu fîșii de marmură, pereții și stîlpii pe două fețe sînt finisați cu calcio alb și roșu, celelalte două fețe ale stîlpilor fiind placate cu lemn de cireș lustruit; tavanul, alb, este decorat cu baghete de ipsos dispuse în romburi.

Mobilierul, executat din lemn de paltin, materiale plastice, metal cromat și cristal, se integrează armonios în arhitectură.

Arh. CARMEN POPESCU

MAGAZIN GENERAL TEXTIL PE CAL. RAHOVEI

Autor, arh. Paul Focșa
Mobilier, atelier arh. R. Voll
Institutul Proiect-București

Magazinul prezentat este situat la parterul blocului de locuințe recent construit la intersecția căii Rahovei cu cal. Ferentari și este profilat pentru satisfacerea complexă și în bune condiții a necesităților acestui cartier.

Spațiul rezervat vînzării și expunerii mărfurilor cuprinde aproape în întregime suprafața parterului, fiind împărțit prin tratarea interioară și mobilier în următoarele raioane: mercerie, parfumerie, galanterie, tricotaje și textile.

S-a căutat o repartizare cît mai justă a spațiului, în funcție de importanța raionului respectiv, precum și crearea unui aspect arhitectonic unitar în magazin, care este totuși diferit tratat de la raion la raion, atît prin decorație, amplasarea mobilierului și colorit, cît și prin forma spațiului rezervat.

Spațiul raionului de textile, rezolvat perimetral în jurul unui careu de stîlpi riflați, cu un plafon ridicat de la plafonul general și cu o pardoseală tratată diferit ca un element central, se detașează din tratarea liniară a restului magazinului.

La capetele vitrinei generale a magazinului s-au prevăzut vitrine de expunere pentru manechine.

Accesul personalului de serviciu și al mărfurilor se face de pe fațada posterioară, unde au fost prevăzute la parter următoarele încăperi: depozit de zi, birou de administrație, vestiar, grupuri sanitare și scara de serviciu pentru subsol, unde sînt amplasate depozitele de mărfuri specializate pe raioane, cu încăperi decomandate și gestiuni separate.

Scara de legătură dintre subsol și parter este prevăzută cu o rampă pentru ușurarea transportului mărfurilor.

Iluminatul magazinului se face prin combinarea luminii incandescente în cupe circulare traforate, amplasate pe plafonul coborît de peste tonete și rafturi, cu lumina fluorescentă în scafe acoperite cu geam mat, pe plafonul general al magazinului.

În vitrină, corpurile de lumină fluorescentă sînt mascate spre interior, pe toată lungimea vitrinei, cu ștraifuri din aluminiu eloxat.

Plafonul raionului de textile, ridicat și colorat diferit, este subliniat și prin lumina fluorescentă de la rafturi și tonete.

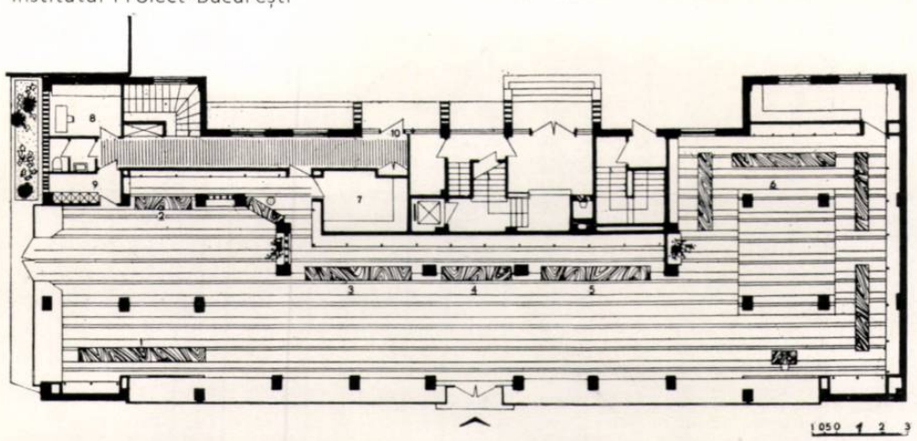
Finisajele interioare cuprind: pardoseală din mozaic venețian, cu mastic deschis, colorat cu fîșii albe și negre pe toată lungimea magazinului, calcio vechio la pereți, tempera și țincvais la plafoane, schleifflac la stîlpi, vitrine, panouri decorative, traforuri din clauștri de ipsos, terasit, materiale plastice etc.

Prin coloritul armonios și variat s-a căutat păstrarea unității ansamblului, cu sublinierea în detaliu a diferitelor raioane.

Mobilierul metalic, ușor și modern, întregește aspectul simplu și deschis al magazinului.

Arh. PAUL FOCȘA

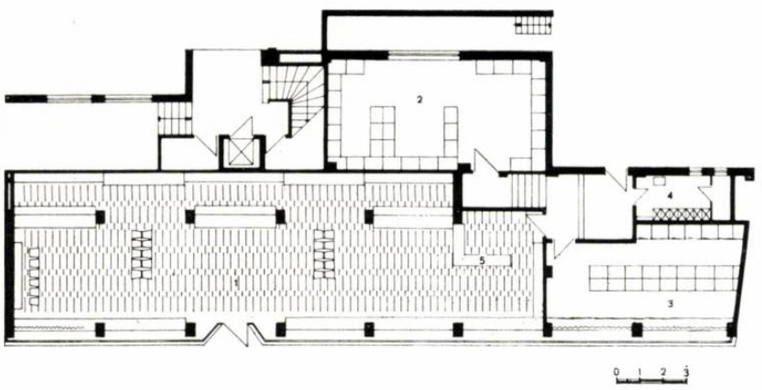
Plan parter 1. *Parfumerie* — 2. *Mercerie* — 3. *Galanterie* 4. *Tricotaje copii* — 5. *Tricotaje femei-bărbați* — 6. *Textile* 7. *Depozit de mînă* — 8. *Birou* — 9. *Vestiar* — 10. *Intrare mărfuri*



MAGAZIN DE ÎNCĂLȚĂMINTE PE STR. SCHITU MĂGUREANU

Autori, arh. Margareta Pinchis
Mobilier, atelier arh. Robert Voll
Institutul Proiect-București

1 — Plan
1. Sala de vînzare — 2. Depozit — 3. Depozit — 4. Vestiar — 5. Ambalaj
2 — Vedere interioară



1

Pe strada Schitu Măgureanu, la parterul blocului construit la intersecția cu b-dul 6 Martie, s-a realizat un magazin de vînzare și expunere de încălțăminte.

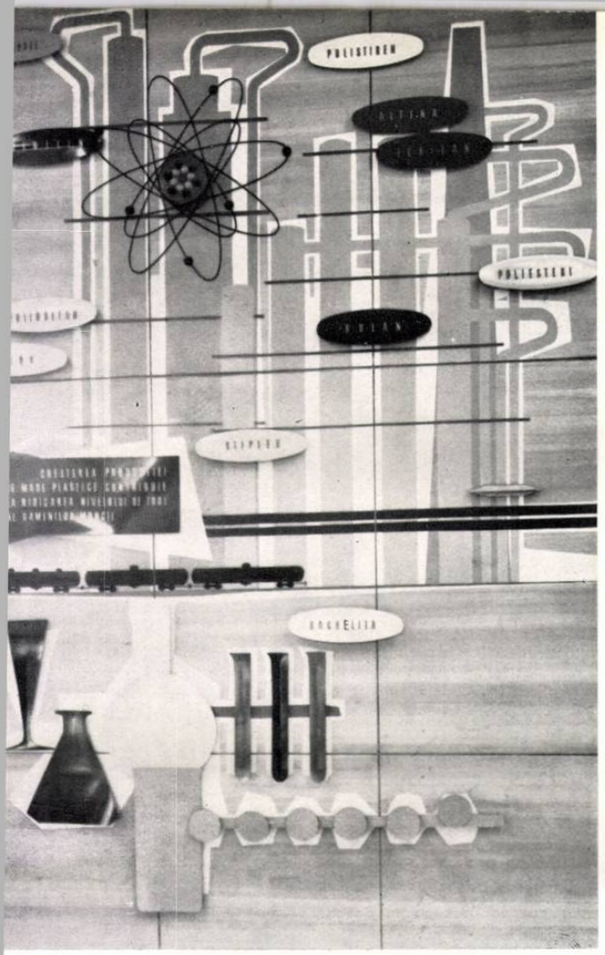
Caracteristica acestui magazin este constituită din funcția de expoziție pe care o realizează începînd cu vitrinele, foarte joase și neobturate de panouri, pentru a lăsa privitorului libertatea de a viziona întregul magazin, pînă la modul de deservire propriu-zis, care maschează depozitele de mînă în spatele unor vitrine interioare. În acest mod, întreg magazinul are aspectul unei expoziții în care cumpărătorul poate consulta modelele, parcurgînd vitrinele sale exterioare și interioare. Acest mod de prezentare a mărfurilor contribuie la aspectul agreabil al magazinului și la participarea acestuia la stradă, care este transformată într-o amplă panoramă.

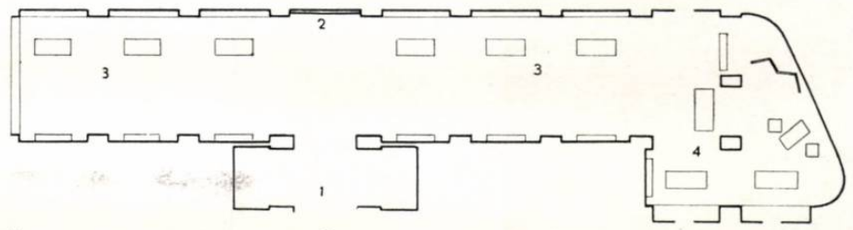
Magazinul propriu-zis este deservit de două depozite mari, la același nivel, și de grupurile sanitare-vestiare respective. Accesele se fac din stradă, pentru cumpărători, și din curtea interioară a blocului, pentru salariați și aprovizionare.

Finisajele în magazin sînt următoarele: pardoseli din plăci de mozaic, vopsitorii în ulei mat colorat pe pereți și ipsos alb la plafoane; iluminarea este fluorescentă în vitrinele interioare și exterioare, ca și pe plafoane; caşradiatoarele sînt din metal cromat și tablă vopsită în duco. Mobilierul este executat din metal cromat și lemnărie parțial vopsită în duco și parțial acoperită cu dermatină și ighelit.

Arh. MARGARETA PINCHIS

2





Plan

1. Intrare — 2. Panou decorativ — 3. Raion obiecte plastice — 4. Raion confecții

greșit. Magazinul trebuie să se ofere publicului cumpărător.

Cu toate că s-au organizat concursuri pe țară, pentru cea mai frumoasă vitrină, nu s-a tras nici o concluzie, nu s-a hotărît încă nimic nici în ceea ce privește construcția și nici etalajul. În noua proiectare de magazine ar trebui să se urmărească principiul ca însuși magazinul să fie vitrină și expus privirii trecătorului, presupus cumpărător.

În aceste condiții, rezolvarea vitrinei magazinului a constat în acoperirea pereților ei cu plăci din PAL cu găuri dese pentru realizarea unui etalaj cît mai variat, fără a deteriora fundalul.

În ceea ce privește mobilierul s-a trecut de la mobila executată din lemn de esență și furnir, la mobila din plăci aglomerate (PAL) placată cu material plastic — melamină.

Timiditatea începutului a dat naștere la o strînsă colaborare între proiectanți și executanți. S-au făcut diverse încercări privind soluționarea lipirii materialului plastic și rezolvarea canturilor. Pentru lipit s-a folosit același adeziv pe bază de neopren, care se fabrică în țară sub numele de prenadez. Este un adeziv de impact, care necesită o mare atenție la execuție, pentru că materialul o dată aplicat nu mai poate fi dezlipit.

Canturile au fost rezolvate prin aplicarea materialului plastic în șraifuri înguste. Îmbinarea a fost făcută în gherung, pentru a ascunde vederii secțiunea materialului.

Mobilierul a fost conceput în linii drepte simple, fără profile complicate, adecvat materialului plastic care se prelucrează destul de greu și care nu suportă decît curburi cu rază mare.

Mobilierul realizat din metal și material plastic pe suport de PAL a corespuns așteptărilor prin aspectul plăcut, curat și prin rezistența la îmbătrînire și uzură.

Arh. JERÔME KOFFLER

MAGAZIN DE PREZENTARE A PRODUSELOR DIN MATERIAL PLASTIC

Autori, arhitecții Marilena Bănișor, Alexandru Munteanu, Jerôme Koffler I.C.M.D.

Într-unul din magazinele de la parterul blocurilor din piața noii săli a Palatului R.P.R. s-a amenajat un magazin pentru desfacerea produselor din material plastic, amenajarea constînd din introducerea materialului plastic la finisajul pardoselii și la confecționarea mobilierului.

Spațiul destinat acestei amenajări constituie o încăpere lungă, prea îngustă pentru a se obține o dezvoltare pe ambele laturi, cu o circulație anevoioasă și cu lumina de zi filtrată prin niște ferestre înguste plasate deasupra rafturilor de expunere. Finisajul interior lasă de dorit; stîlpii canelați nu permit o îmbinare cu mobilierul, iar plafonul, cu prea multe scafe de lumină, este astfel conceput încît accentuează lungimea încăperii, în loc s-o scurteze. Magazinul nu poate fi văzut din exterior decît printr-o singură vitrină de capăt.

Interiorul magazinului nu a pus prea multe probleme, deoarece soluția era dictată de construcție.

Pe latura opusă intrării, sub ferestre, au fost instalate rafturile pentru expunere, cu tonetele de vînzare în față; peretele opus a fost ocupat de vitrine înalte, adosate la perete.

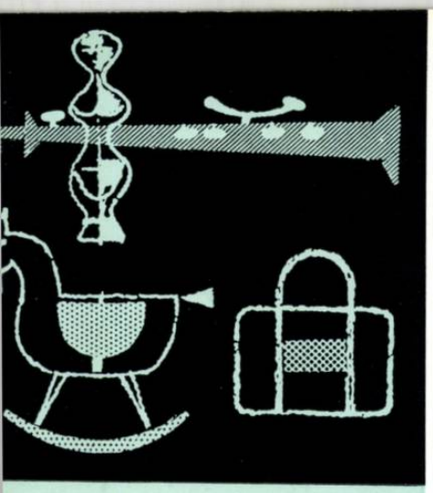
Raionul de confecții, avînd alt specific de vînzare, a fost plasat în capătul lărgit al magazinului.

Pardoseala a fost executată din covor P.V.C. pe suport textil de diverse culori, lipit pe o șapă de ciment drișcuit. Constructorii au executat la cererea noastră o suprafață rugoasă la care adezivul folosit are o aderență mai mare.

Față de celelalte soluții folosite pînă acum, acest adeziv are avantajul că polimerizează și nu intră în combinație chimică cu materialul de pardoseală.

În consecință, după lipire, covorul, care cu celelalte soluții de lipit se strîngea lăsînd rosturi descoperite, rămîne intact. Procedeul de lucru este identic cu cel folosit la linoleum.

Vitrinele ermetice pot fi foarte bine utilizate de orice întreprindere sau organizație comercială care are ceva de expus; ele nu au nici o legătură cu magazinul. Mai mult, pentru păstrarea principiului, nici acele vitrine care dau direct în magazin nu sînt deschise. Dacă s-a considerat că principiul este valabil pentru unitățile comerciale de alimentație publică, unde vitrinele pot fi cedate altor unități comerciale, în cazul de față s-a procedat



MAGAZINUL DE PREZENTARE AL «FONDULUI PLASTIC»

Autori, Ion Baroi, Ion Oroveanu

Expoziția permanentă cu vînzare a « Galeriilor de artă ale Fondului plastic », deschisă la parterul blocului de pe b-dul Magheru nr. 26 din București, cuprinde un variat sortiment de exponate din domeniul foarte cuprinzător al « artei decorative ».

Obiectele pe care vizitatorul și cumpărătorul le găsește expuse aici sînt produse cu caracter unicat, — înțelegînd prin aceasta un sistem de producție neindustrială, — realizate de creatori și lucrători entuziaști și pricepuți ce activează pe tărîmul « frumosului », de cele mai multe ori cu deosebit succes.

Intenția de a stimula creația artistică de bună calitate și de a o pune treptat la îndemîna înțelegerii publicului, realizînd o dată cu aceasta și elementul

educativ și de cultivare a gustului, este remarcabilă și ea necesită să fie extinsă și la alte ramuri ale artei decorative.

Obiectele expuse, diferite ca gen și folosință, începînd de la ceramică, continuînd cu miniaturi, țesături, obiecte de metal, jucării se bucură aici de un cadru prielnic punerii în valoare a exponatelor, cadru care — am putea spune — face astfel prezentă și « arhitectura » în această fericită colaborare.

Arhitectura magazinului, departe de a fi concepută ca un decor neutru, urmărește — prin utilizarea judicioasă a unor materiale cu vaste calități decorative — să realizeze atmosfera potrivită acestui gen de expunere.

Aceste materiale ca: lemnul, marmura, mozaicurile colorate sînt în general bine dozate, singura reținere pe care o avem fiind cea a tratării în relief și culoare a stîlpilor de beton armat din cuprinsul magazinului.

Pentru ambianță, pentru încercările de prelucrare a artei populare, pentru spiritul contemporan ce străbate întreaga expunere, acest magazin-expoziție merită bunele aprecieri ale vizitatorilor.

Arh. MIHAI ENESCU

1

În noul bloc de locuințe din cal. Victoriei nr. 32—34, în piața C.C.A., s-a amenajat un magazin universal pentru copii. În cele trei niveluri comerciale, magazinul cuprinde articole pentru copii, de la nou-născuți pînă la vîrsta de 14 ani.

Volumul dat pentru amenajarea magazinului — cu înălțimi mari, cu structura și scările laterale turnate, care fusese destinat inițial unor expoziții — era impropriu amenajării unui magazin pentru copii.

Ambianța necesară a fost gîndită a se realiza prin decorație și mobilier adecvat, independent de structură și într-un cadru arhitectural simplu și neutru.

Magazinul cuprinde spații de vînzare, spații de depozitare, birouri administrative, camere pentru retuș și un grup social.

Accesul în magazin se face din porticul exterior al blocului. Legătura cu etajul este asigurată de o scară largă în holul central, precum și de două scări laterale, ce fac legătura și cu nivelurile inferioare.

Depozitele generale sînt amplasate la subsol și compartimentate pe gestiuni. La parterul și etajul magazinului sînt prevăzute depozite de zi.

Încărcarea depozitelor și aprovizionarea raioanelor se fac prin două lifturi amplasate în directă legătură cu exteriorul și cu depozitul general.

La etajul I sînt amplasate raioanele de confecții și încălțăminte pe grupe de vîrstă băieți și fete, un raion cu articole de galanterie, standuri și vitrine de expunere.

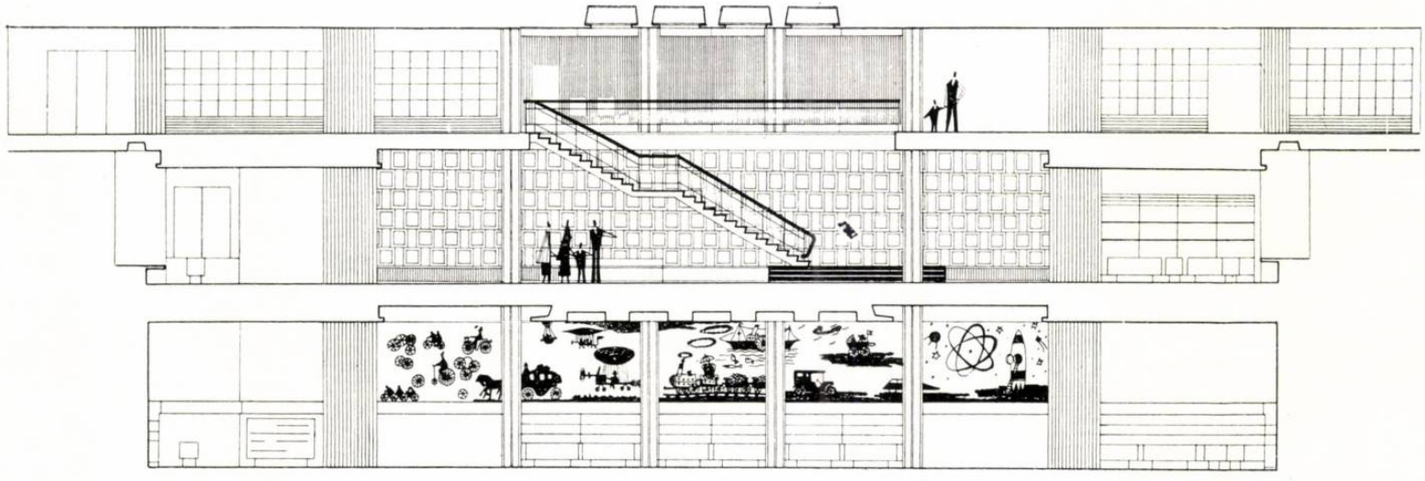
Sistemul de prezentare și vînzare la aceste raioane este acela al contactului direct al cumpărătorului cu marfa. La raionul de confecții, de pildă, suporturile pentru confecții sînt libere de jur împrejur, cumpărătorul avînd posibilitatea să cerceteze de aproape culoarea și calitatea mărfii.

În legătură imediată cu raioanele de confecții sînt situate cabinele de probă, cu spații pentru așteptare și camere de retuș. De asemenea, chiar în cadrul raioanelor sînt așezate podiumuri de probă cu oglinzi rotative.

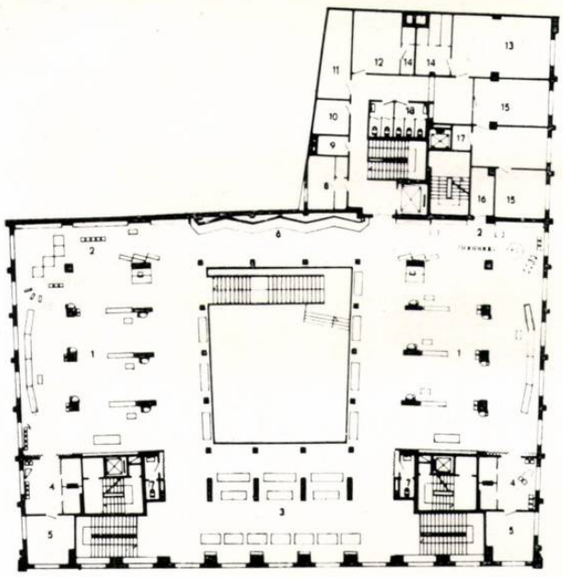
MAGAZINUL COPIILOR

Autori, arhitecții Ignace Șerban, Alexandru Köntza
Mobilier, arh. Greta Deutsch
Institutul Proiect-București

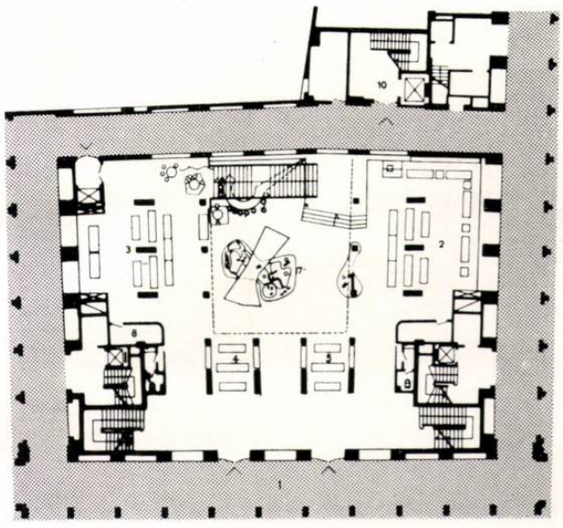
2



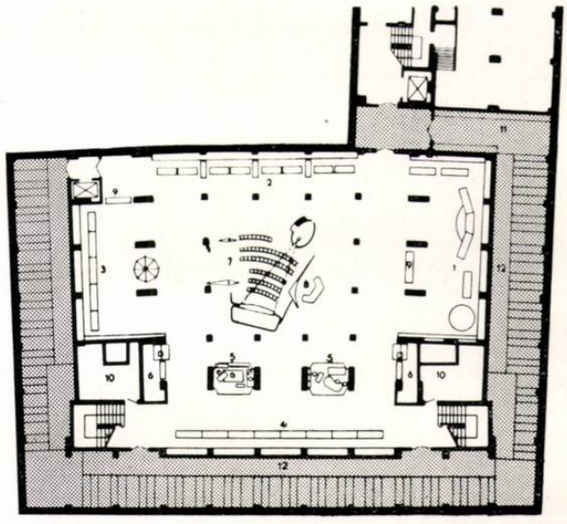
3



4



5



6

7

La raioanele de încălţăminte au fost prevăzute scaune de probă sub formă de animale (căluţ, măgăruş, ursuleţ etc.).

La acelaşi nivel, într-o aripă anexă cu legături directe din magazin şi din exterior, sînt dispuse birourile administrative şi grupul social.

La parter sînt raioanele de tricotaje, lenjerie, articole pentru nou-născuţi şi cosmetică. Un punct de atracţie al magazinului este barul cu dulciuri, special amenajat în hol.

La nivelul inferior al magazinului sînt raioanele de jucării, sport, foto-muzică, raionul de papetărie şi cărţi cu desene pentru copii preşcolari şi un tonet filatelic.

Iluminatul magazinului se face cu tuburi fluorescente şi becuri incandescente îngropate în scafe de rabiţ, obţinîndu-se un iluminat combinat apropiat de lumina zilei.

Magazinul are o instalaţie de împrospătare a aerului; gurile de refulare sînt mascate prin traforuri decorative. În dreptul intrărilor sînt prevăzute perdele de aer cald pe toată înălţimea uşilor.

Pardoseala parterului este realizată din deşeuri de marmură roşie de Sebeş, cu un desen din marmură albă de Ruşchiţa. Scările sînt placate cu marmură. La balustrade s-au folosit panouri de stiplex alb translucid. Vopsitoria pereţilor este realizată în alchidal.

Stîlpii, cu profile trase de ipsos, sînt vopsiţi în duco-bronz, auriu pentru nivelurile superioare şi argintiu pentru nivelurile inferioare.

Mobilierul este executat din lemn acoperit cu melacart, metal vopsit cu duco şi nichelat, cu dermatină, ighelit, fire de nylon etc.

Pentru a se adresa direct şi convingător viziunii copiilor, s-a căutat un colorit viu şi atrăgător. Mobilierul, gîndit la scara copiilor, prezintă forme variate şi sugestive. Ca elemente specifice importante în realizarea caracterului s-a prevăzut o decoraţie alcătuită din panouri de grafică, ilustrînd dezvoltarea tehnicii, aspecte din viaţa şi activitatea copiilor, un vitrou decorativ formînd fundalul scării principale, o machetă mecanică în holul central. O parte din această decoraţie nu a fost realizată încă.

Magazinul a fost dat în folosinţă la 1 iunie 1961, cu ocazia Zilei internaţionale a copilului.

Arh. ALEXANDRU KÖNTZA

8

1 — Vederea holului central

2 — Secţiune transversală

3 — Subsol — Vederea holului central

4 — Plan etaj

1. Raion confecţii — 2. Raion încălţăminte — 3. Raion galanterie — 4. Cabina de probă — 5. Camera retuş — 6. Stand de expoziţie — 7. W.C. — 8. Cameră acumulatori — 9. Tablou electric 10. Debara — 11. Depozit — 12. Vestiar bărbaţi — 13. Vestiar femei — 14. Duşuri — 15. Birouri — 16. Depozit de zi — 17. Casierie — 19. W.C.

5 — Plan parter

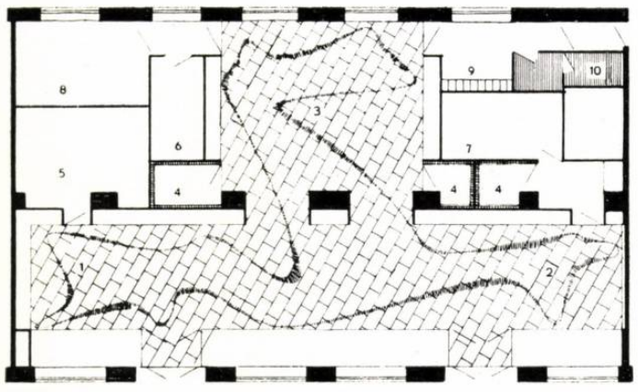
1. Portic exterior — 2. Raion lenjerie — 3. Tricotaje — 4. Cosmetică 5. Articole nou-născuţi — 6. Bar-dulciuri — 7. Machetă mecanică 8. Depozit de zi — 9. W.C. — 10. Acces secundar

6 — Plan subsol

1—2. Jucării — 3. Raion de papetărie — 4. Raion foto-sport-muzică 5. Expoziţie mobilier — 6. Casă ambalaj — 7. Teatru de păpuşi — proiecţii — 8. Tonet filatelic — 9. Tonet de vitrină — 10. Depozite de zi — 11. Desambalare — 12. Depozite generale

7 — Vedere subsol Raionul de confecţii

8 — Vedere generală parter-etaj



Plan

1. Secția de discuri și instrumente 2. Radio și magnetofoane — 3. Discuri 4. Cabine de audiție — 5. Depozit de instrumente — 6. Depozit de discuri — 7. Depozit de aparate 8. Birouri — 9. Vestiar — 10. W.C.

MAGAZINUL DE MUZICĂ « MELODIA »

Autor, arh. René Ghelman
Mobilier, atelier arh. Robert Voll
Institutul Proiect-București

Proiectat în toamna anului 1959 și dat în folosință în vara lui 1960, acest magazin a fost destinat să completeze necesitățile consumatorilor din acest domeniu.

Funcțiunea cuprinde trei secții: partituri și instrumente muzicale; aparate de radio — pick-up-uri — magnetofoane; discuri. Spațiul redus existent la parterul blocului a fost astfel amenajat încît să grupeze cele trei funcțiuni fără a se stingheri între ele, fiecare avînd gestiune separată, deci și depozitarea mărfurilor separată. Pentru secția vînzare-prezentare de discuri au fost prevăzute două cabine de audiție, cu izolare acustică și ventilație corespunzătoare. Un birou, un grup sanitar cu vestiarul respectiv precum și o ieșire de serviciu pentru evacuarea ambalajelor completează funcțiunea principală.

Mobilierul a fost conceput în forme simple, utilizîndu-se materiale ca metalul cromat, tapițeria din plastic colorat în roșu aprins mat la fotolii și ușile glisante ale dulapurilor de sub rafturi; duco negru lucios la tonete și mese.

Tavanul prevăzut cu corpuri de iluminat fluorescent a fost colorat în albastru pal cu nuanțe verzi. Pardoseala din mozaic turnat.

Ar fi de ridicat o problemă de ordin general ilustrată din plin în cazul lucrării de față. Este vorba de felul cum se utilizează și se exploatează magazinele recent construite. Mă refer la acea parte a exploatării care folosește sau mai bine zis *nu folosește* așa cum ar trebui ceea ce se pune la dispoziție.

De pildă, la vitrine s-a căutat să se aplice principiul modern al eliminării încărcării vitrinelor cu tot felul de mărfuri care separă pe trecător de magazin — *magazinul fiind el însuși vitrina sa*. Pentru aceasta au fost desființate perdelele, au fost alese culori vii, s-a asigurat o iluminare puternică. Felul cum sînt însă aranjate vitrinele dovedește neînțelegerea acestei probleme de către responsabilii magazinelor și o totală lipsă de gust din partea acelora care aranjează vitrinele.

Arh. RENÉ GHELMAN

FARMACIE PE B-DUL MAGHERU

Autor, arh. Leopold Medilanschi
Mobilier, arh. Robert Voll
Institutul Proiect-București

În spațiul de la parterul blocului de locuințe situat pe b-dul Magheru colț cu strada Pictor Verona se află amenajată o farmacie-model.

Fațada principală are o lungime de 25 m pe b-dul Magheru și 10 m pe str. Pictor Verona.

Intrarea publicului se face în axa magazinului, unde se formează holul de circulație pentru public, cu casele, împărțindu-se astfel localul în două secțiuni diferite, conform funcțiunilor farmaciei cerute în tema de proiectare.

În partea din stînga, cu o adîncime mai mare, s-au plasat receptura cu anexele ei (laborator de zi, cu legătură directă cu sala de lucru a rețetelor), ghișeele pentru primirea și eliberarea rețetelor, spațiul din față fiind rezervat pentru așteptare. Pe peretele principal din axa longitudinală s-a realizat un tablou cu numere luminate, indicînd situația rețetelor comandate și anunțînd publicului numărul rețetei efectuate.

Alăturat se află camera de gardă și biroul pentru conducătorul și administrația farmaciei.

Spațiul din dreapta a fost rezervat pentru secția de vînzare a medicamentelor și are depozitul de mărfuri în imediata apropiere.

Pe peretele din fund, în axa transversală a intrării principale, se află ușa de legătură a magazinului cu spațiile anexe ale farmaciei: laboratorul de zi, sala de lucru pentru rețete, grupul sanitar, precum și culoarul cu scara și intrarea de serviciu spre parter și subsol.

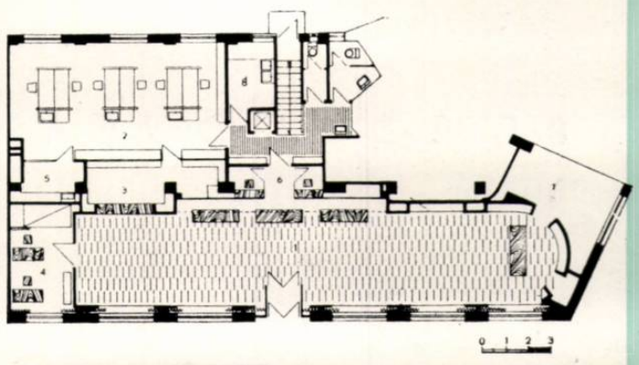
La subsolul magazinului, cu lumină și aerisire directă, se află vestiarele cu grupuri sanitare, camera pentru spălatul vaselor și sticlăriei de farmacie, un laborator pentru completarea celui de la parter, cu montșarj de legătură între cele două săli de lucru.

Lîngă scara de serviciu, cu intrarea din curtea de serviciu, se află depozitul de zi pentru primirea mărfurilor, în legătură directă cu depozitele mari de mărfuri ale farmaciei. Lîngă laborator se află camera rezervată pentru păstrarea în frigider electric a vaccinurilor și antibioticelor și o cameră pentru adăpostirea autoclavului și distilatorului.

Arh. LEOPOLD MEDILANSCHI

Plan

1. Oficină — 2. Receptură — 3. Primirea și eliberarea rețetelor — 4. Birou — 5. Cameră sterilizare — 6. Case 7. Depozit de mînă — 8. Laborator de zi



1

La parterul blocului de locuințe construit pe b-dul Ing. Gh. Duca 10—22 s-a prevăzut amenajarea unei farmacii.

Lungimea mare a frontului blocului a impus construcția a două pătrunderi spre interiorul cvartalului, realizate prin două ganguri. Aceste ganguri au împărțit parterul blocului în trei părți distincte. Una din ele, cuprinsă între cele două ganguri, a fost amenajată în farmacie destinată să satisfacă necesitățile cartierului a cărui populație a crescut simțitor prin noile blocuri de pe b-dul Duca și cal. Griviței.

În imediata vecinătate a ei, în dreapta și în stînga, se vor amenaja unități medicale (centru stomatologic, circumscripție sanitară pentru adulți și copii).

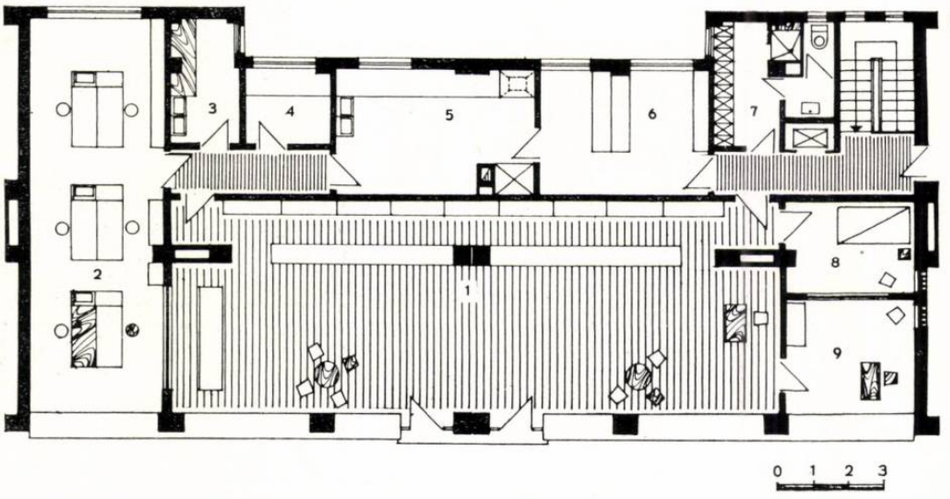
Noua farmacie este spațioasă și dotată cu toate anexele și utilajele necesare unei bune funcționări.

Astfel s-au prevăzut la parter: oficina, receptura, spălătorul, camera de distilare, camera de sterilizare, laboratorul, depozitul de mînă, un grup sanitar pentru personal, camera de gardă, biroul farmacistului diriginte.

La subsol: camera de recepție a materialelor, depozitul pentru sticle, depozitul de medicamente, depozitul de materiale inflamabile, depozitul de ambalaje, depozitul de tranzit, depozitul de vată.

FARMACIE PE B-DUL DUCA

Autor, arh. George Mularidis
Mobilierul, atelier arh. Robert Voll
Institutul Proiect-București



2

1 — 3 — Vederi interioare oficină

2 — Plan

1. Oficina — 2. Receptura — 3. Spălător și distilare 4. Sterilizare — 5. Laborator — 6. Depozit — 7. Vestiar 8. Cameră de gardă — 9. Camera farmacistului diriginte

3

În ceea ce privește finisajele s-au prevăzut în oficină pardoseală din mozaic de marmură cu desen, vopsitorie în ulei pe pereți și iluminat fluorescent; în receptură, faianță pe pereți și pardoseală din mozaic în carouri. Aceleași finisaje le au și camerele de distilare, sterilizare și laboratorul.

Camera de gardă și camera farmacistului diriginte au pardoseala din linoleum și pereții zugrăviți în culori de apă.

La receptură, fiecare masă de lucru este prevăzută cu apă, canal, gaz și priză electrică. În încăperile unde se lucrează în permanență, iluminatul s-a proiectat a fi fluorescent.

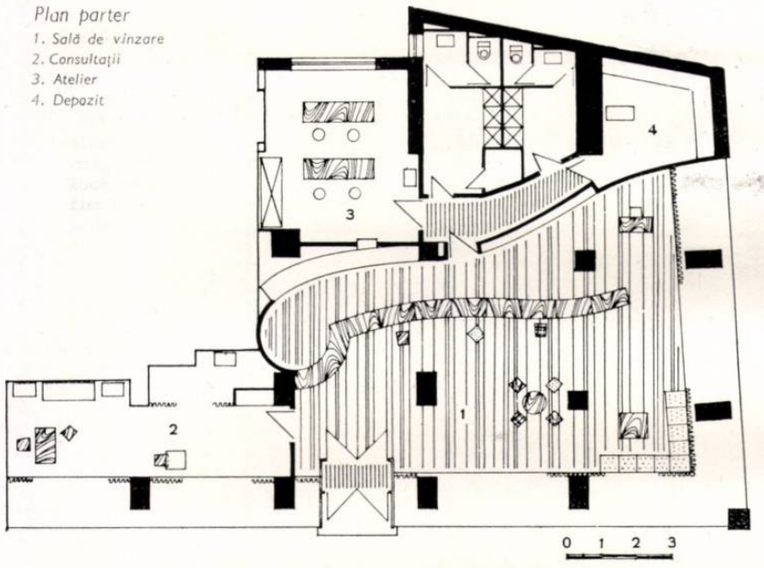
Transportul medicamentelor la subsol se face fie pe scară, fie cu montșarjul.

Mobilierul este elegant, din schelet metalic, lemn și materiale plastice. Protecția vitrinelor se face cu jaluzele din aluminiu eloxat.

Prin folosirea culorilor, atît la pereți, cît și la mobilier, precum și prin folosirea de materiale plastice lavabile, s-a reușit să se creeze un interior plăcut, ușor de întreținut, cu o linie arhitectonică simplă și modernă.

Arh. GEORGE MULARIDIS

Plan parter
1. Sală de vînzare
2. Consultații
3. Atelier
4. Depozit



La parterul blocului de locuințe din cal. Victoriei 136 s-a realizat un magazin de optică medicală cu cabinet de consultații. Cabinetul de consultații anexat magazinului ușurează mult cumpărătorului procurarea ochelarilor într-un mod eficient.

Amplasarea spațiului de desfacere pe colț, ca un tampon între cabinetul de consultații și atelierul de reparații și celelalte anexe (depozite, grupe sanitare, vestiare etc.) a contribuit la rezolvarea favorabilă a funcției comune — de sală de așteptare și de magazin de desfacere — a acestuia.

Spațiul rezervat magazinului este delimitat de doi pereți exteriori cu vitrine și în rest, un mare ecran sinuos, colorat, în care sînt practicate dulapuri, vitrine de expoziție și de depozitare.

Variatele funcțiuni ale magazinului fac ca mobilierul lui să nu fie format numai din unicul tonet de desfacere, ci și de grupe de fotolii, canapele, măsuțe. Acestea, împreună cu coloritul variat al pereților și al mobilierului, ca și cu iluminarea directă (prin corpuri de lampă atîrnate deasupra tonetului) și indirectă (în tonet) contribuie la aspectul agreabil al magazinului.

Finisajele utilizate în această lucrare sînt: pardoseli de plăci de marmură albă în magazin și linoleum în rest; vopsitorie în ulei mat colorat pe pereți și ipsoserie albă la plafoane.

Iluminarea: fluorescentă în vitrine exterioare și interioare și incandescentă pe plafoane.

Caşradiatoarele sînt din metal cromat și metal vopsit cu duco. Mobilierul este executat din metal cromat, cristal, paltin alb, ighelit.

În general, dacă expunerea pieselor în vitrine s-ar face de către specialiști în mod atrăgător, aspectul magazinului ar avea mult de cîștigat.

Arh. MARGARETA PINCHIS

MAGAZIN DE OPTICĂ MEDICALĂ CU CONSULTAȚII PE CALEA VICTORIEI

Autor, arh. Margareta Pinchis
Mobilier, atelier arh. Robert Voll
Institutul Proiect-București

1

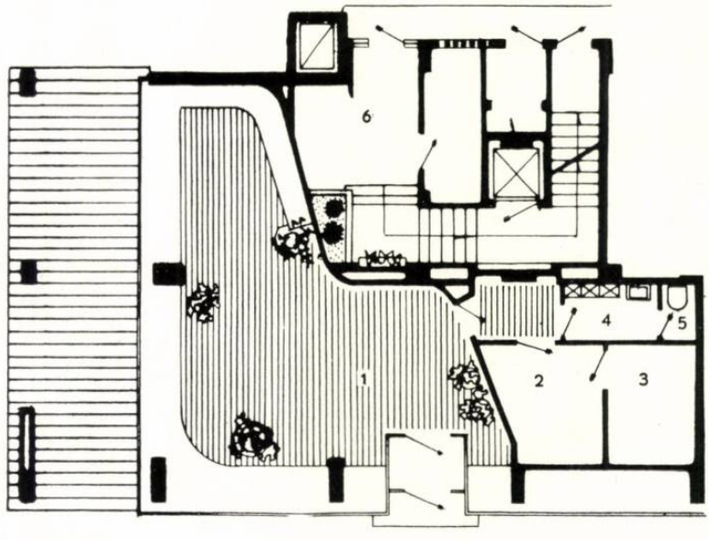
FLORĂRIE ÎN ANSAMBLUL CIRCULUI DE STAT

Autor, arh. Victor Agent
Colaborator, arh. Zaven Djanighian
Mobilier, atelierul arh. Robert Voll
Institutul Proiect-București

1 — Vedere interioară
2 — Plan parter

1. Florărie — 2. Cameră de lucru — 3. Cameră frigorifică — 4. Vestiar — 5. Grup sanitar — 6. Intrare la locuințe

2



Sala de expunere și vînzare a acestei florării amenajate la parterul unui bloc de locuințe din ansamblul Circului de stat este cuprinsă între doi pereți-vitrină dispuși perpendicular unul pe altul, adică spre șos. Ștefan cel Mare și spre porticul de capăt al blocului, și un fundal opac, cu traseu șerpuit, ce separă magazinul de spațiile aferente uneia din intrările locuințelor.

Acest perete, îmbrăcat cu un riflaj decorativ tratat pe verticală și colorat în vernil pastelat, constituie un fundal cu un aspect omogen, pe care se proiectează diversitatea multicoloră a coșurilor, vazelor și glastrelor cu flori.

Exponatele sînt desfășurate, atît pe podiumurile vitrinelor, executate din mozaic de marmură neagră, continuate parțial și de-a lungul peretelui fundal, cît și pe unele stelaje și etajere mobile din plăci de cristal colorate în tonuri adecvate și susținute de suporți de aluminiu, ce sînt plasați în interiorul magazinului.

Stîlpii de susținere ai blocului, dispuși în vitrine, sînt tratați cu caneluri mărunte, zugrăviți în alb pe fețele frontale și verde mai intens pe fețele laterale.

Pardoseala este executată din mozaic venețian alb-roz-negru. Tavanul alb luminează intens întregul magazin, prin fascicule de tuburi fluorescente jumelate, dispuse în scafe fixate pe o placă suspendată zugrăvită în aceeași culoare de verde intens și urmărind linia șerpuită a peretelui fundal.

Iluminatul se completează cu scafele vitrinelor și cu un candelabru plafonieră stelat, cu opt brațe.

Anexele de serviciu, camera de aranjare a florilor, camera frigorifică și grupul sanitar completează magazinul, comunicînd cu el printr-o ușă disimulată în peretele riflat.

Arh. VICTOR AGENT

1

FLORĂRIE ÎN PIAȚA MIHAIL EMINESCU

Autor, arh. Sofia Ungureanu
Mobilier, arh. Cornel Vînțeanu
Institutul Proiect-București

Parterul porțiunii centrale a blocului din piața Mihail Eminescu a fost tratat pe o înălțime ce cuprinde două niveluri. Această parte centrală fiind destinată ulterior unei florării, programul magazinului s-a adaptat datelor existente. Astfel, s-au separat funcțiunile: expunerea și vînzarea florilor curente, la parter, expunerea și vînzarea florilor decorative, la etajul superior. La subsol s-a amenajat spațiul necesar păstrării florilor și micilor operații legate de vînzarea lor. La etajul 1 a fost amplasat și biroul magazinului.

În scopul obținerii unei etalări bogate a florilor s-au proiectat vitrine foarte joase și largi, precum și o platformă tratată liber ca formă. Circulația se face în jurul acestei platforme, iar o scară largă, în fundul magazinului, duce spre etajul 1.

Mobilierul este destul de redus, datorită specificului magazinului; formele lui sînt simple, urmărind forma curbă a clădirii, și au în vedere punerea în valoare a mărfii: florile.

O dificultate a constituit-o obținerea unei vitrine cît mai joase, în care trebuiau rezolvate o serie de funcțiuni: adăpostirea gurilor de ventilație ale subsolului și parțial a sursei de căldură a magazinului, precum și asigurarea căldurii necesare pentru a feri vitrina de îngheț și izolarea florilor de căldură.

Din motive de economie s-a suprimat un mic bazin din platforma de prezentare; acest bazin ar fi permis o varietate mai mare în expunerea florilor și ar fi fost util în întreținerea lor. Folosirea oglinzilor la stîlpi și parțial la tavan — prezente în proiect și nerealizate — ar fi adus mai multă vioiciune decît simpla vopsitorie.

Vitrina, platforma, glafurile sînt din marmură Căprior, iar pardoseala din mozaic alb.

Prin balustradele metalice ușoare ale scării și balconului, precum și prin unele grile s-a căutat să se amintească arhitectura de grădină. Prin zugrăveală — culoarea cerului — s-a urmărit crearea unui fond neutru pe care culorile florilor și plantelor să aibă primul cuvînt.

Se ridică problema ca întreprinderea «Marmura» să se străduiască să găsească o mai mare varietate în folosirea marmurii, material deosebit de prețios, dar sărac în varietatea procedeelor de prelucrare.

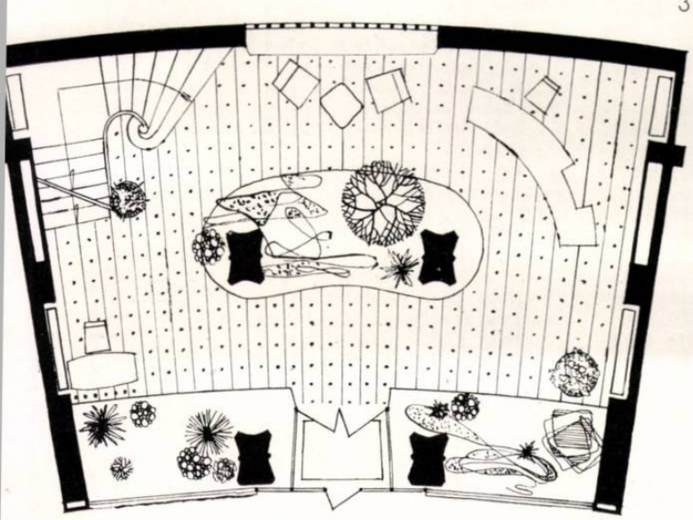
Trebuie solicitați beneficiarii de investiție să nu intervină în mod negativ în aspectul și folosirea magazinelor. Astfel, să nu se folosească firme care n-au fost proiectate în mod special, să nu se acopere marmura cu catifea, să nu se etaleze mărfuri fără a se urmări educarea bunului gust.

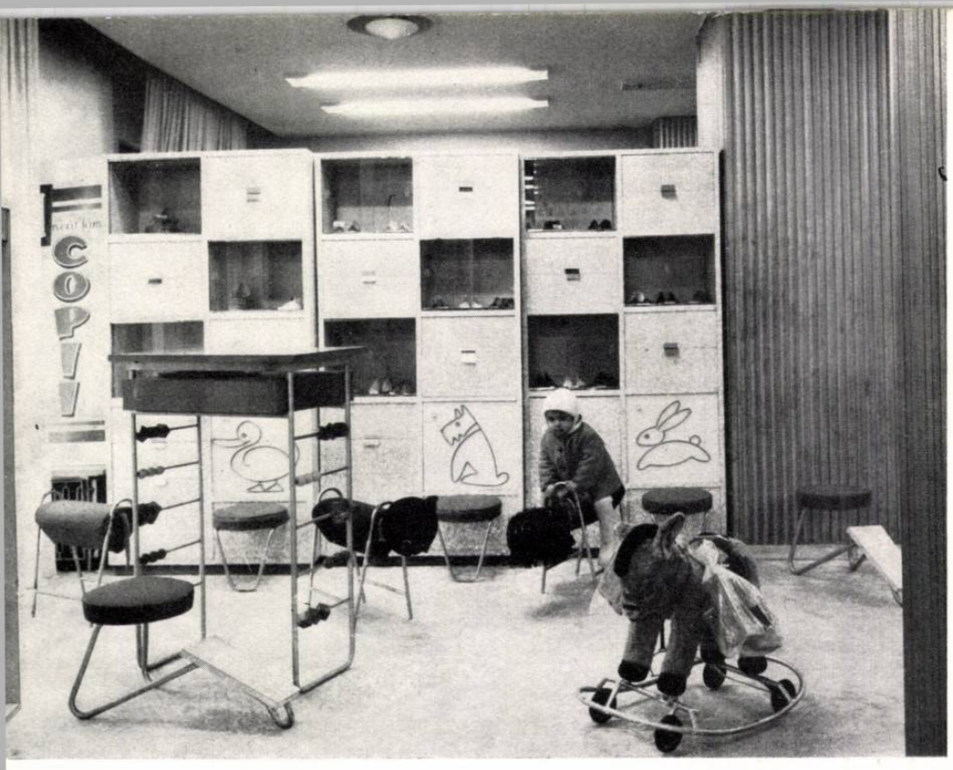
Arh. SOFIA UNGUREANU

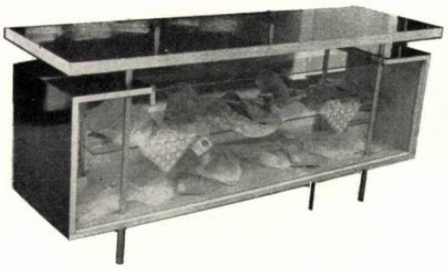
2

1 — 2 Vederi interioare
3 — Plan parter

3







Arh. Robert Voll

MOBILIERUL NOILOR MAGAZINE

În ultimii ani s-au construit sau reamenajat un număr foarte mare de unități comerciale, care se deosebesc prin concepțiile cu totul noi de vechile magazine.

Principiile de igienă și de arhitectură modernă au determinat o schimbare radicală atît funcțională și tehnică, cît și a formelor.

În comparație cu localurile tradiționale de vînzare, unde mobilierul determina aspectul magazinului, mobilierul devine acum doar un fel de «suport» al mărfurilor expuse.

În primul plan nu se mai află piesa de mobilier cu elementele sale predominante din lemn, ci exponatul însuși, prezentat pe un suport cît mai funcțional, studiat într-o formă simplă, bine dimensionat și judicios amplasat.

Pentru evitarea monotoniei și obținerea unor interioare variate se amplasează traforuri sau panouri decorative care preiau atît funcția de ordonare a fluxului cumpărătorilor, cît și pe cea de expunere și de prezentare a unor produse noi sau deosebite.

Materialele cele mai indicate pentru aceste tipuri de mobilier, în afară de cristal și metal cromat sau vopsit, rămîn toate produsele din plastic: plexiglas, polyrey, melacart, ighelit, dermatină etc.

Aceste materiale, fiind mai rezistente la uzură și întreținîndu-se ușor, corespund mai bine tuturor condițiilor de igienă și de estetică impuse de noile magazine.

Lemnul se folosește în foarte mică măsură la finisarea mobilierului și rămîne tot mai mult un material de subconstrucție.

Schimbarea tehnicii de vînzare a determinat o schimbare radicală a mobilierului, mai ales la magazinele alimentare. În măcelării a dispărut sistemul atît de neigienic de a expune carnea în vitrină sau pe tejghea. Acum tranșarea cărnii se face în camere speciale semirăcite, accesibile vederii consumatorilor prin pereții despărțitori de sticlă, iar expunerea și vînzarea produselor se realizează prin vitrine frigorifice deschise.

Bineînțeles, restul mobilierului e subordonat acestor piese frigorifice predominante, păstrînd aceeași linie și aceeași execuție. Astfel de unități s-au realizat în blocurile din piața Splaiului, ansamblul Circului de stat etc.

La unitățile de pîine, sistemul actual de manipulare a lăzilor și de manevrare a pîinii de la mașină și pînă la raft prezintă încă multe inconveniente igienice și estetice. Mobilierul nou-creat permite așezarea în raft a unor «containere» din sîrmă zincată (înlocuind lăzile de lemn) care se încarcă direct din fabrică. Perdele din material plastic feresc pîinea din raft, atît de muște, cît și de uscăciune. Realimentarea rafturilor se face pe la spate pentru a nu împiedica vînzarea. Vînzarea pîinii se realizează pe tejghele din material lavabil, prevăzute cu apărător de cristal, grătare de tăiat, port-sacoșe și sertare speciale de fărîmituri, asigurînd toate condițiile de igienă. Pe viitor se vor înființa și case, spre a evita manipularea neigienică a banilor de către vînzător.

Magazinele de legume-fructe au rafturile din metal cromat sau vopsit, prevăzute cu containere din sîrmă zincată sau din împletitură de răchită (pentru legume sau fructe mai sensibile). Se realizează o prezentare aspectuoasă prin așezarea oblică a containerelor și amenajarea raftului cu o frîză de oglinzi așezate de asemenea oblic, care dublează vizual suprafața de mărfuri expuse. Asemenea magazine funcționează în blocul din str. Batiștei, în ansamblul Circului de stat, str. Barbu Văcărescu, în cartierul Giulești etc.

Unitățile alimentare de autoservire sînt acelea care și-au definitivat în cea mai mare măsură tipurile de mobilier.

Gondolele, rafturile, vitrinele de diferite tipuri pentru expunerea și prezentarea alimentelor preambalate se bucură de aprecierea consumatorilor, iar aspectul armonios, igienic și estetic al interiorului bucură ochii trecătorilor. Sînt grăitoare unitățile de autoservire «Unic», «Bitolia», de la circ, din piața Splaiului, str. Palade, Griviței, de la Gara de Nord etc.

În florăriile moderne a dispărut vechiul mobilier greoi, înlocuindu-se cu piese noi, ușoare, din metal, cristal și plastic, care formează un ansamblu transparent ce nu întrerupe perspectiva, prezentînd florile în lumina cea mai favorabilă.

În asemenea condiții funcționează unitățile de la circ, de la Gara de Nord, b-dul Ana Ipătescu etc.

În magazinele de încălțăminte s-au eliminat rafturile cu nesfîrșitul lor șir de cutii pline sau goale și s-au înlocuit cu variate vitrine de expunere, care pun în valoare caracteristicile produselor. Sortimentul este pus la îndemîna vînzătorului în rafturi speciale, amenajate în spatele acestor vitrine. Mobilierul e completat cu scaune corespunzătoare, pedoscop, casă etc.

Astfel au fost amenajate magazinele din blocurile de locuințe de pe b-dul 6 Martie, de pe cal. Dorobanți etc.

Sistemul de deservire s-a modificat și la unitățile de produse lactate. Produsele se vînd gata ambalate și capsulate, păstrîndu-se în rafturi metalice cu polițe de cristal sau de plastic și în vitrine frigorifice deschise sau închise. Lichidele se vînd și direct prin dozatoare automate (frigorifice). Restul mobilierului, ca și la măcelării, respectă linia elementelor frigorifice, completînd armonios interiorul; așa apar magazinele «Miorița» de pe b-dul 1848, lacto-barurile de la Gara de Nord, cal. Griviței, piața Splaiului etc.

Mobilierul unităților comerciale cu consumație pe loc — restaurante, cofetării, braserii — respectiv scaunele și mesele necesare acestor unități au fost tipizate în cîteva modele, cu 3—4 variante de execuție (din lemn sau metal cromat ori vopsit, cu tapițeria și blaturile din material plastic). Panourile decorative și suporții de flori completează interiorul, mascînd și accesul la dependințe.

Se dă foarte mare atenție mobilării laboratoarelor și anexelor, spre a se asigura, pe lîngă buna desfășurare a procesului tehnologic, și condiții optime de lucru muncitorilor specialiști.

Mese de lucru și tejghele cu blaturi din tablă inoxidabilă, zinc sau marmură, dulapuri suspendate, dulapuri de veselă, diferite tipuri de mese calde și reci, și dulapuri frigorifice, pereți despărțitori din sticlă și ghișee ghilotină — toate lăcuite crem — sînt piesele de mobilier care împreună cu utilajul (automatizat în mare măsură) creează încăperilor o ambianță igienică, estetică și aerisită, în pofida suprafețelor uneori insuficiente destinate acestor anexe. Braseria din ansamblul circului, bufetul cu autoservire din piața Splaiului, restaurantul Cișmigiu, cofetăria Scala, cofetăria de la Gara de Nord etc. ilustrează aceste principii.

Un subiect nou atît pentru proiectare, cît și pentru rețeaua comercială l-au alcătuit cele două magazine universale pentru copii, din care unul funcționează în blocul C.C.A. de pe cal. Victoriei și altul în complexul de pe cal. Griviței. Ambele sînt dotate cu mobilier special, viu colorat, realizat prin excelență cu material plastic și adaptat specificului său printr-o serie de amenajări tehnice și decorative.

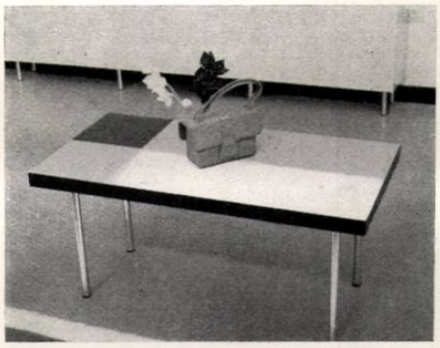
Noi tipuri de mobilier de magazine — rezultat al noilor principii de vînzare — au fost realizate și la librării, tutungerii, unități P.T.T. și C.E.C., la boiangerii și frizerii, la magazine de muzică, de bijuterii etc.

Toate aceste realizări dovedesc succesele însemnate obținute în ultimii ani în acest domeniu, atît de strîns legat de necesitățile marilor mase.

mobilier

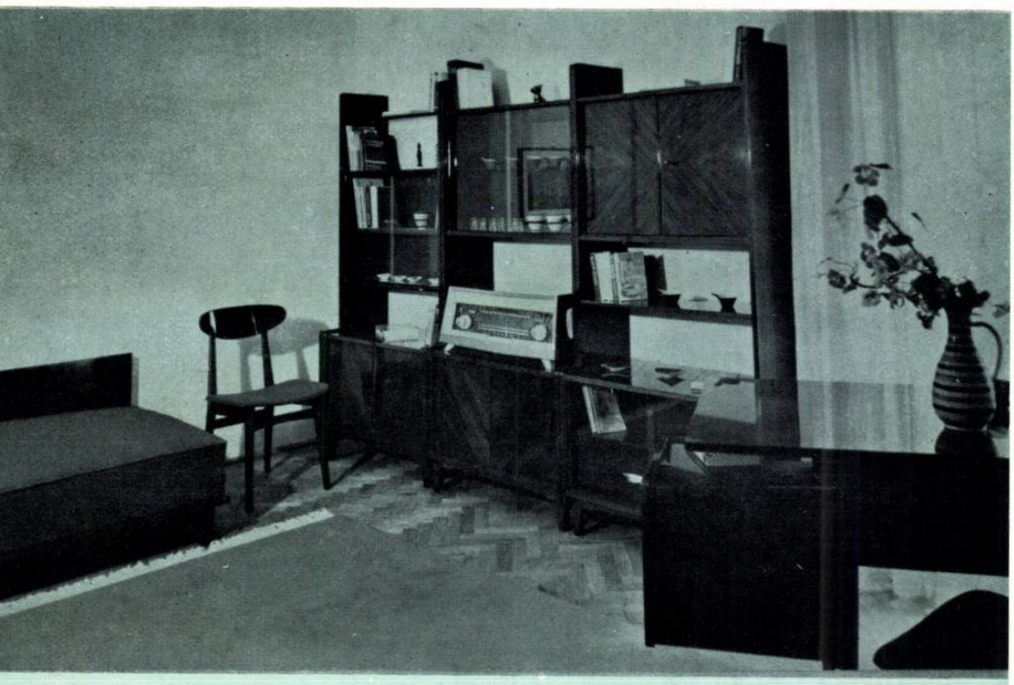
1 2 | 3 4 5
6 8 11
9 12
7 10 13

1 — Vedere interioară a magazinul «Lumea copiilor»
2 — Tonet la magazinul de articole din material plastic.
3 — Tonet de prezentarea mărfurilor la magazinul de galanterie din piața Gării de Nord.
4 — Tonet vitrină la magazinul «Lumea copiilor»
5 — Tonet de prezentare a mărfurilor din cadrul magazinului Fondului Plastic.
6 — Mobilier — Florărie pe cal. Griviței.
7 — Mobilier din cadrul magazinului «Alimentara» din piața Gării de Nord.
8 — 9 — Mobilier — Magazinul de mase plastice.
10 — Raft de prezentare a mărfurilor — Magazinul cu autoservire «Modern».
11 — Vitrină-expoziție — Magazinul de încălțăminte de pe str. Schitu Măgureanu.
12 — 13 — Rafturi — Magazinul «Aprozar» din piața Gării de Nord.



Arh. Mihai Enescu

EXPOZIȚIA DE MOBILĂ A MINISTERULUI ECONOMIEI FORESTIERE



Una din puținele încercări de realizare a «mobilei continue», din elemente asamblabile

Un bun exemplu de colaborare a formelor simple, culorilor deschise și tapiseriei în scopul realizării unui interior plăcut și luminos (camera «Mara» I.N.C.E.F.)

Continuînd o inițiativă bună pe care și-a propus-o încă din 1959, cînd a avut loc prima expunere publică cu caracter de sondaj al preferințelor consumatorilor, în apartamentele unuia dintre noile blocuri construite în piața Kogălniceanu, Ministerul Economiei Forestiere a organizat și în acest an expoziția de modele noi de mobilă, în vederea introducerii în producția de serie a celor mai apreciate prototipuri.

Bucurîndu-se de condițiile optime de expunere și vizionare pe care le oferă apartamentele noului bloc de locuințe de pe b-dul. Magheru, bloc plasat pe cea mai circulată magistrală a capitalei, expoziția a cunoscut o afluență și un interes deosebit din partea vizitatorilor. Explicația nu trebuie căutată prea mult: ea constă în exigența sporită a oamenilor muncii, bazată pe creșterea continuă a nivelului de trai și, implicit, a cerințelor lor materiale și spirituale. Statul nostru socialist construiește tot mai multe locuințe noi, confortabile și frumoase, pe măsura vieții luminoase și optimiste pe care o cunoaștem cu toții astăzi. Este deci evident ca cel ce se mută în casă nouă să dorească să părăsească bagajul eterogen și încă de mult necorespunzător al unui mobilier vechi, masiv și greoi, complicat în întreținere, cuprinzînd toate defectele binecunoscute a ceea ce obișnuim să numim «mobilă de la bunica».

Dorința și interesul pentru noi tipuri de mobilă, ușoare, de linie simplă, ușor de întreținut și care — prin formă și culoare — să contribuie la realizarea unor interioare agreabile și optimiste, sînt alimentate și de rămînerea în urmă ce se reflectă încă în domeniul producției mobilierului de mare serie, situație care, privită în opoziție cu avîntul pe care-l cunoaște construirea de locuințe și de care ea trebuie să fie direct legată, se cere urgent lichidată. Mobila expusă în magazinele de specialitate continuă să nu satisfacă, nici cantitativ și nici calitativ, noile cerințe crescînde ale oamenilor muncii.

Am constatat entuziasmul vizitatorilor în fața noilor modele de mobilă expuse în cadrul expoziției, entuziasmul acelorași oameni care rămăseseră pasivi sau au cumpărat fiindcă nu au altceva, mobila actuală din magazinele de specialitate.

Semnalînd această stare de lucruri, sperăm că de astădată cele mai reușite tipuri de mobilă prezentate în expoziția de care ne ocupăm în aceste rînduri vor intra neîntîrziat în fabricație, contribuindu-se astfel în bună măsură la acțiunea de propagare a unei concepții noi privind amenajarea interioarelor, în scopul «renovării» gustului îndoielnic existent încă printre unii cumpărători, cît și — regretabil — printre unii proiectanți specialiști ai fabricilor de mobilă.

Ne exprimăm această dorință, deoarece am constatat că o serie întreagă de exemple pozitive pe care le remarcasem în expoziția din 1959 — pozitive atît ca rezolvare funcțional-dimensională, cît și din punctul de vedere al materialelor întrebuințate și al formei — nu au apărut în producția curentă, continuîndu-se în același timp fabricarea unor tipuri defectuoase și semnalate ca atare nu numai de noi.

Ne aducem aminte că la acea expoziție văzusem cu bucurie, de pildă, la capitolul mobilier de bucătărie, prezentarea primelor încercări de rezolvare a acestuia sub forma de corpuri separate pe funcțiuni (masă-dulap și corpuri suspendate, cazul mobilei prezentate atunci de IPROFIL-